

UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA INFORMACIÓN

Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I



**EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN TELEVISIÓN A
TRAVÉS DEL PROGRAMA *DIARIO DE...***

MEMORIA PARA OPTAR AL GRADO DE DOCTOR PRESENTADA POR

José Antonio Fontán Allén

Bajo la dirección de la doctora

Isabel Arquero Blanco

Madrid, 2015

José Antonio Fontán, 2015

Agradecimientos:

A mi mujer, Teresa, por su apoyo, comprensión y amor. A mis tres hijos, mi razón de ser: Elena, Nacho y Sofía, a los que quiero incondicionalmente.

A mis padres. A los que añoro siempre y más en estos momentos.

A mi directora de tesis, Isabel Arquero, por su dedicación y buenos consejos.

A mis compañeros de Diario de... que hicieron posible que ir a trabajar durante diez años fuera un placer. En especial a Alberto Muñiz, por hacerlo todo más fácil.

A Mercedes Milá por creer en nosotros, ser fiel y combativa.

A todas las personas que han colaborado en esta tesis. Principalmente a los profesionales que nos cedieron su tiempo para ser entrevistados.

ÍNDICE

RESUMEN.....	11
SUMMARY.....	13
1. INTRODUCCIÓN	15
2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	23
2.1. Enfoque cuantitativo y cualitativo	23
2.2. Fuentes y documentación	27
2.2.1. Fuentes bibliográficas	27
2.2.2. Fuentes audiovisuales	29
2.2.3. Entrevistas en profundidad	29
2.3. Estructura de la investigación	33
3. EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN	37
3.1. No todo el periodismo es investigativo	37
3.2. El periodismo de investigación, una especialización necesaria	42
3.3. Características del periodismo de investigación	44
3.4. El perfil del periodista de investigación	50
3.5. Un trabajo de hombres y en grupos reducidos	56
3.6. La prensa, su medio natural	59
3.7. La responsabilidad y el riesgo de ser “el perro guardián”	62
4. ORÍGENES Y EVOLUCIÓN DEL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN LA PRENSA	69
4.1. EE. UU., cuna del periodismo de investigación	70
4.2. El periodismo de investigación en España.....	75
4.2.1. Primera etapa: (1975-1982).....	76
4.2.2. Segunda etapa: (1982-1991).....	78
4.2.3. Tercera etapa: (1991-1996).....	81
4.2.4. Cuarta etapa: (1996-2004)	84
4.2.5. Quinta etapa: 2004 y el 11-M	86
4.3. Del <i>Watergate</i> al periodismo de denuncia	88
5. EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN TELEVISIÓN.....	93
5.1. La transición de la prensa a la televisión	93
5.2. Las dificultades que impone el medio televisivo	95
5.3. Los reportajes de investigación en televisión.....	104
5.3.1. Características de los reportajes de investigación en televisión	107
5.4. Métodos de investigación en televisión. Las prácticas detectivescas.....	112
5.4.1 La infiltración.....	113
5.4.1.1. Nellie Bly: la primera infiltrada.....	116
5.4.1.2. Gunter Wallraff: el periodista del pueblo	118
5.4.1.3. Infiltrados españoles	122
5.4.2. La cámara oculta	127

6. EVOLUCIÓN DE LOS REPORTAJES DE INVESTIGACIÓN EN TELEVISIÓN 133

6.1. Los inicios en EE. UU.	133
6.1.1. El programa <i>60 minutes</i>	134
6.2. El periodismo de investigación en la televisión española hasta la llegada de <i>Diario de</i>	138
6.2.1. RTVE	138
6.2.1.1. <i>Teleobjetivo</i>	140
6.2.1.2. <i>Equipo de investigación</i>	143
6.2.1.3. <i>Documentos TV</i>	145
6.2.1.4. <i>Línea 900</i>	148
6.2.1.5. <i>Dossier 21</i>	152
6.2.1.6. <i>Informe Semanal</i>	154
6.2.2. Las televisiones autonómicas.....	155
6.2.2.1. <i>30 minuts</i>	155
6.2.2.2. <i>30 minutos</i>	158
6.2.2.3. <i>Equipo de investigación</i>	162
6.2.3. Las televisiones privadas.....	162
6.2.3.1. Antena 3 TV	163
6.2.3.2. Telecinco.....	167
6.2.4. El Mundo TV. Los reportajes con cámara oculta.....	169
6.2.4.1. <i>Primera línea</i>	170
6.2.4.2. <i>Al descubierto</i>	177
6.2.4.3. <i>Crónica de una generación</i>	181
6.2.4.4. <i>7 días, 7 noches</i>	186
6.2.5. Otras productoras	187

7. OBJETO DE ESTUDIO: EL PROGRAMA *DIARIO DE*..... 189

7.1. Antecedentes	189
7.2. <i>Diario de</i> ... nace por casualidad	192
7.3. <i>Diario de</i> ... (2004-2010).....	198
7.3.1. Primera etapa: los inicios (2004-2005)	198
7.3.1.1. Dos reportajes inspirados en la ficción	200
7.3.2. Un híbrido diseñado para la televisión.....	211
7.3.3. Rasgos diferenciadores de <i>Diario de</i>	215
7.3.3.1. Por el rol de la presentadora.....	218
7.3.3.2. Por la interpretación de la realidad	224
7.3.3.3. Por la estructura narrativa.....	228
7.3.3.4. Por su realización audiovisual.....	236
7.3.4. Los objetivos de <i>Diario de</i>	250
7.3.4.1. Informar.....	251
7.3.4.2. Investigar y denunciar	253
7.3.4.3. Entretener e impactar.....	255
7.3.4.4. Obtener buenos datos de audiencia	257
7.3.5. Características de <i>Diario de</i>	262
7.3.6. Segunda etapa: el éxito y la polémica (2005-2007)	265
7.3.6.1. Persiguiendo la actualidad	267
7.3.6.2. El caso de “La guardería”.....	276
7.3.6.3. Éxito, pero sin premio	281
7.3.7. Tercera etapa: la consolidación (2007-2009)	287
7.3.7.1. Independientes, pero con autocensura.....	288

7.3.7.2. El seguimiento de los casos.....	294
7.3.7.3. Renovación de la imagen.....	298
7.3.7.4. Un impostor con el sello de <i>Diario de</i>	302
7.3.8. Cuarta etapa: la decadencia (2009-2010).....	309
7.3.8.1. Las razones del final del programa en Telecinco.....	311
7.3.9. Balance de la etapa.....	315
7.4. <i>Diario de... denuncia tu causa</i> (2011-2014).....	321
7.4.1. Un nuevo formato para Cuatro.....	324
7.4.2. Primera etapa: la reinención de <i>Diario de...</i> (2011-2012).....	330
7.4.2.1. “Tú denuncias y nosotros respondemos”.....	333
7.4.2.2. La cámara oculta sentenciada. Aspectos legales y éticos.....	343
7.4.3. Segunda etapa: la estabilidad (2012-2013).....	353
7.4.3.1. Colaboración con las FCSE.....	353
7.4.3.2. La crisis económica.....	356
7.4.4. Tercera etapa: el declive (2013-2014).....	360
7.4.5. Balance de la etapa.....	363
7.5. <i>La Redacción</i> (2014).....	372
7.5.1. Delante de las cámaras.....	373
7.5.2. Temas de relevancia social.....	376
7.5.3. El caso de “La menor prostituida”.....	378
7.5.4. Balance de la etapa.....	380
8. PROGRAMAS DE INVESTIGACIÓN COETÁNEOS DE <i>DIARIO DE</i>.....	383
8.1. Los reportajes sobre el atentado del 11-M.....	383
8.2. Telecinco.....	386
8.2.1. Trivialización de la actualidad.....	386
8.2.2. <i>Especiales investigación</i> . El Mundo TV.....	390
8.2.3. La fábrica de la tele.....	393
8.3. TVE 1.....	395
8.3.1. <i>Teleobjetivo</i>	396
8.3.2. <i>Hora cero</i>	399
8.3.3. <i>El ojo público</i>	400
8.4. Antena 3 TV.....	403
8.4.1. <i>7 días, 7 noches</i>	403
8.4.2. <i>Especiales investigación</i>	407
8.4.3. <i>Investigación 3</i>	413
8.4.4. <i>GPS testigo directo</i>	416
8.4.5. <i>A fondo: zona cero</i>	416
8.4.6. “Fábrica de bebés” y “Niños robados”.....	417
8.4.7. <i>Equipo de investigación</i>	423
8.4.7.1. Primera etapa: (2011-2013).....	424
8.5. La Sexta.....	435
8.5.1. <i>Salvados</i>	437
8.5.2. <i>Equipo de investigación</i>	446
8.5.2.1. Segunda etapa: (2013).....	447
8.5.2.1.1. Temas de consumo y salud.....	448
8.5.2.1.2. Temas en colaboración con las FCSE.....	451
8.5.2.1.3. Principales diferencias con <i>Diario de</i>	457
8.5.3. <i>El Objetivo</i>	462
8.6. Cuatro.....	464

8.6.1. Jon Sistiaga	464
8.6.2. <i>REC</i>	470
8.6.3. <i>Reportajes Canal+</i>	475
9. EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN LA ERA DIGITAL	481
9.1. El Periodismo de precisión	481
9.1.1. Origen y evolución	481
9.1.2. Diferencias y semejanzas con el periodismo de investigación	484
9.1.3. El periodismo de datos	486
9.1.4. El periodismo de datos en internet	490
9.2. El periodismo de filtraciones <i>online</i>	495
9.2.1. El caso <i>WikiLeaks</i>	499
9.2.2. Las principales filtraciones de <i>WikiLeaks</i>	501
9.2.3. El “ <i>Cablegate</i> ” y el periodismo de investigación	507
9.2.4. La evolución de <i>WikiLeaks</i>	510
9.3. El periodismo de investigación <i>online</i>	512
9.3.1. <i>ProPublica</i> . Un caso único de periodismo de investigación en internet.	514
10. CONCLUSIONES	523
11. BIBLIOGRAFÍA, WEBGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN	531
11.1. Monografías, contribuciones en monografías, anuarios y tesis doctorales.	531
11.2. Noticias, entrevistas y artículos de opinión publicados en prensa	539
11.3. Recursos <i>online</i>	541
11.3.1. Artículos publicados en revistas especializadas, trabajos de investigación y ponencias en congresos disponibles en internet.	541
11.3.2. Noticias publicadas en prensa disponibles en internet	545
11.3.3. Extractos de entrevistas publicadas en prensa consultadas en internet	549
11.3.4. Noticias, críticas y artículos firmados accesibles en internet	551
11.3.5. Noticias en páginas <i>web</i> o <i>blogs</i> disponibles en internet	554
11.3.6. Anuarios, informes o boletines accesibles en internet	557
11.3.7. Citas provenientes de fuentes audiovisuales	558
12. INDEXACIÓN DE TABLAS, FIGURAS Y GRÁFICOS	559
12.1. Índice de tablas	559
12.2. Índice de figuras	560
12.3. Índice de gráficos	566
13. ANEXOS	567
13.1. Entrevistas en profundidad	567
13.1.1. Entrevista a José Manuel Albelda. Periodista.	567
13.1.2. Entrevista a Itziar Bernaola. Periodista	570
13.1.3. Entrevista a Laura Cárdenas y Alejandro Vázquez. Periodistas.	572
13.1.4. Entrevista a Manuel Cerdán. Periodista de investigación.	579
13.1.5. Entrevista a Minhee Cho. Responsable de comunicación de <i>ProPublica</i>	588
13.1.6. Entrevista a Miriam de las Heras. Periodista	596
13.1.7. Entrevista a Marcos García Rey. Periodista de investigación.	599

13.1.8. Entrevista a Mercedes Martín. Portavoz de la Guardia Civil de Madrid.....	605
13.1.9. Entrevista a Mercedes Milá. Periodista.	611
13.1.10. Entrevista a Mark Wieting. Periodista de investigación.....	620
13.2. Documentos aportados por el doctorando	631
13.2.1. Tabla de todos los reportajes emitidos por <i>Diario de...</i> en su etapa en Telecinco con Mercedes Milá como presentadora	631
13.2.2. Nota de prensa del programa “Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco”	633
13.2.3. Minuto a minuto de la audiencia del programa “Diario de...una obsesión: la cirugía estética”	636
13.2.4. Comunicado de la Consejería de Educación de Madrid en relación al reportaje “Diario de... maltrato en la guardería”	639
13.2.5. Comunicado de Telecinco en relación al reportaje “Diario de... maltrato en la guardería”	640
13.2.6. Parte de la entrevista realizada a Mercedes Milá en el programa <i>La Ventana</i> de la cadena <i>SER</i>	642
13.2.7. Comunicado de <i>RENFE</i> en relación al reportaje “Diario de... tratantes de esclavos”	644
13.2.8. Gráfico de la curva de audiencia del reportaje “Diario de... un impostor con bata blanca”	645
13.2.9. Nota de prensa del estreno de <i>Diario de... denuncia tu causa</i>	646
13.2.10. Comunicado del Colegio Oficial de Psicología de Andalucía Occidental sobre el reportaje del psicólogo onanista	648
13.2.11. Nota interna de Telecinco enviada a los distintos programas sobre el uso de la cámara oculta.....	649
13.2.12. Nota de prensa por el estreno del programa <i>La Redacción</i>	650

RESUMEN

El periodismo de investigación en televisión a través del programa Diario de... tiene por objeto analizar el formato de televisión *Diario de...* emitido desde el año 2004 al año 2014, primero en Telecinco y posteriormente en Cuatro, tras la fusión de ambas cadenas. Es un espacio que durante diez años ha pretendido hacer periodismo de investigación en un medio, el televisivo, poco propicio; en un grupo de televisión, Mediaset, identificado por impulsar el entretenimiento o la ficción en detrimento del género informativo, y en un período de desprestigio de la especialidad. En este contexto complejo y, a veces, hostil, *Diario de...* tuvo que adaptarse y diseñar un formato híbrido, diferente y con unas señas de identidad muy definidas. Las especiales connotaciones que han rodeado a *Diario de...* desde su nacimiento hasta su finalización han coadyuvado para que decidiéramos estudiarlo minuciosamente.

De igual forma, a través del análisis de *Diario de...* pretendemos aportar nuestro conocimiento para ampliar el ya existente sobre el periodismo de investigación en general y, más concretamente, el referido a su implementación en la televisión. El medio audiovisual caracterizado por la exaltación de la imagen y la fascinación por hacer entretenidos todos sus contenidos, ha impelido a los profesionales a realizar un periodismo en el que predomina la forma sobre el fondo y la síntesis sobre el análisis. Por consiguiente, los reportajes de investigación tratan temas que se pueden ilustrar, que interesan a los ciudadanos y que son asequibles para sus espectadores.

Para realizar esta tesis ha sido pertinente emplear una metodología basada en el análisis del contenido de decenas de reportajes de investigación que *a priori* cumplieran los requisitos exigibles a esta especialidad. Basándonos en las definiciones y las características inherentes al periodismo de investigación, ampliamente aceptadas por la comunidad científica, hemos podido reconocer algunos reportajes que forman parte indubitadamente de esta disciplina.

La escasez de programas audiovisuales que han desarrollado el periodismo de investigación de manera regular y sostenida en el tiempo, puede ser el motivo de que haya una limitada bibliografía sobre este campo. De ahí que la mayoría de lo expuesto en este trabajo, referente al objeto de estudio, sea original, inédito y

aportado por el doctorando, tras diez años como participante (coordinador del programa) y observador (investigador). De igual forma, ha sido necesario recurrir a las entrevistas en profundidad a destacados profesionales del ámbito televisivo para contribuir a configurar el marco teórico.

Gracias a la investigación efectuada llegamos a una serie de conclusiones que revelan que la televisión española no ha fomentado un tipo de periodismo comprometido, de servicio público y de investigación. El modelo televisivo imperante, que demanda resultados inmediatos, colisiona con un tipo de periodismo cuyo principal aliado es el tiempo. En consecuencia, resulta paradójico el nacimiento y, sobre todo, la continuidad en Telecinco de *Diario de...*; un producto extemporáneo que consigue merced a una concatenación de casualidades, aciertos y contingencias realizar en numerosas ocasiones un periodismo de investigación adaptado a la televisión.

SUMMARY

The function of *Investigative journalism on television through the TV programme Diario de...* is, as the name suggests, to analyze the TV programme *Diario de...*, broadcast from 2004 to 2014, initially on Telecinco and subsequently on Cuatro, after the merger of the two channels. Over a ten year period, *Diario de...* tried to develop investigative journalism on TV, despite certain difficulties associated with this medium. It did so within the media group Mediaset, an entity specializing in entertainment and non-factual programming at the expense of news and current affairs. In addition, this process took place in a wider social context where specialized journalism was neither supported nor given the respect it deserved. In this complex and sometimes hostile set of circumstances, *Diario de...* had to adapt, whilst developing its own fresh, hybrid format with a clear identity. The unique character of the programme, is what makes it deemed worthy of in-depth study.

At the same time, through our analysis of the *Diario de...* programme, we aim to contribute in a general sense to the existing body of knowledge on investigative journalism, with special focus on its presence on television. The nature of television itself, with its reliance on the moving image and constant drive to make all content entertaining, pressurizes programme makers to produce a type of journalism where form triumphs over content, and analysis takes second place to narrative. Consequently, current affairs reports typically handle more 'visual' topics, which are of general interest and accessible to a wide audience.

The methodology used in producing this thesis has at its core a content analysis of dozens of programmes which on the surface of it, could be considered investigative journalism. Working with accepted definitions and characteristics as applied by the research community, we have managed to identify some programmes as worthy examples of the genre.

Investigative journalism has not had a consistent televisual presence over time, and as such a very limited body of research texts about it exists. For this reason, material presented in this work is largely original, hitherto unpublished and provided by the author. It was acquired over ten years in the field, both actively (as programme co-ordinator) and passively (as observer/researcher). It was also

necessary in the course of the work to conduct in-depth interviews with established professionals in the field of television in order to better define a theoretical framework.

Our research enabled us to reach a number of conclusions which suggest that Spanish television has not encouraged the development of journalism based on pushing boundaries, critical thinking and public service. The hegemony of a televisual model that demands immediate results clashes with a form of journalism characterized largely by the use of time. It is therefore surprising that a programme such as *Diario de...* not only came about, but also maintained a certain on-screen presence. Despite the prevailing unfavourable climate, a combination of chance, breaks, good judgement and unforeseen circumstances resulted in the production of numerous pieces of investigative journalism adapted to television.

1. INTRODUCCIÓN

Diario de... sin la gente no hubiera existido [...] Ahí puedo ver una evolución del programa muy interesante, desde lo que al principio era nuestra decisión como periodistas a lo que al final la gente quería que fuéramos. Nunca dejamos de escuchar a esas personas y eso fue trasformando el estilo del programa (Milá, 2015).

De esta reflexión de la presentadora del programa de televisión *Diario de...*, nuestro objeto de estudio, colegimos un principio fundamental: el periodismo no es de los periodistas, ni de los empresarios, es de los ciudadanos. Son ellos los destinatarios de las noticias, las entrevistas o los reportajes que realizamos. Nos debemos a ellos y tenemos un compromiso social ineludible con los receptores. Cuanto más nos desviemos de esa máxima peor periodismo estaremos haciendo.

Para prestar ese servicio a los ciudadanos es necesario saber escuchar sus reclamaciones y sugerencias. Eso, que hoy es una obsesión del periodista y que está sublimado por efecto de las redes sociales, la interacción con el público, es lo que fue trazando la trayectoria del programa *Diario de...*, y se convirtió en su seña de identidad durante los diez años que estuvo en antena.

El nacimiento de *Diario de...* en el año 2004 origina dos hechos coincidentes en la vida del doctorando que suscitaron la cristalización de esta tesis. De una parte, el comienzo de una prolongada andadura en ese programa de televisión y, de otra, el inicio del Doctorado en Comunicación Audiovisual. De alguna forma la investigación académica y la investigación periodística se yuxtaponen en la trayectoria vital. Ambas actividades, aunque diferentes, una más teórica y otra más empírica, tienen ciertas similitudes y se pueden realimentar.

La participación activa como coordinador de la redacción de *Diario de...* ha permitido al doctorando ser testigo directo de su evolución y, por consiguiente, tener una visión privilegiada del caso. La decisión, en paralelo, de investigar científicamente su desarrollo también nos ha servido para tomar distancia y estudiar cómo ha sido su comportamiento. Este doble papel de actor y observador simultáneamente no ha resultado sencillo. Como actor, hay que adoptar decisiones comprometidas o asumir determinadas directrices empresariales, en una televisión privada como Telecinco, y como observador, hay que examinar muchas de esas actuaciones con el espíritu autocrítico necesario.

Desde ese doble rol nos propusimos estudiar el programa *Diario de...*, emitido durante diez años, primero en Telecinco y después en Cuatro, ya que no existen trabajos que lo hayan analizado y por las especiales connotaciones que tiene.

Muy pocos formatos del estilo *Diario de...* consiguen permanecer en la programación de una televisión privada durante una década y producir 142 programas. La mayoría de los espacios que logran una continuidad semejante están dedicados al entretenimiento o al espectáculo: magazines, series, concursos, *realities*. Es muy complicado que una propuesta televisiva sustentada en el análisis, la investigación e interpretación de la información permanezca tantos años en una televisión comercial. Nosotros en esta investigación no hemos encontrado ninguno. Los únicos ejemplos parecidos los podemos hallar en las televisiones públicas. Tanto TVE, como algunas cadenas autonómicas, han mantenido en el tiempo programas que tratan la actualidad de forma distinta a como lo hacen los informativos diarios; dedicando el tiempo pertinente para estudiar por qué pasan las cosas, y extrayendo conclusiones de las cosas que pasan.

Diario de..., además de reflexionar sobre la actualidad informativa, aspiraba a descubrir hechos noticiosos, a denunciar situaciones injustas, a ejercer de “perro guardián” en defensa de los intereses de los ciudadanos, en definitiva, a desarrollar la investigación periodística en el medio televisivo. Esa tarea, costosa en términos económicos, incierta y controvertida por sus resultados, la tenía que desarrollar en una televisión como Telecinco, cuyo primer mandamiento es ser rentable económicamente por encima de todas las cosas. Y de ello siempre ha hecho gala Paolo Vasile, su Consejero Delegado: “Hacemos televisión para vender publicidad” (2004).

Telecinco era una cadena que apostaba por el *fast food* televisivo, avalada por unos resultados económicos envidiables y por unos datos de audiencia que, en el año 2004, la convertían en líder de audiencia desbancando, por primera vez en la historia a TVE 1.

En ese contexto analizaremos cómo pudo desenvolverse *Diario de...* En medio de una programación, que priorizaba el *show* y los espacios de crónica social, *Diario de...* debía diseñar un formato novedoso que fusionara el periodismo con algunas dosis de entretenimiento y espectáculo. Una difícil mezcla que tenía que convencer a la audiencia.

En esta introducción formulamos una serie de cuestiones que aspiramos a resolver gracias a la investigación efectuada. Queremos responder a la pregunta de si realmente *Diario de...* fue capaz, durante los diez años de emisión, de materializar ese periodismo de investigación en sus reportajes, o tan sólo se limitó a ejercer un periodismo próximo a esta especialidad y sobrevivir en un entorno que le era hostil.

Nos preguntamos hasta que punto *Diario de...* tuvo que adaptar su propuesta a los intereses de la cadena en la que se emitía. Si en algún momento pudo desvirtuar su esencia con el fin de permanecer en antena.

Nos interrogamos por las razones que llevaron a los directivos de Telecinco a mantener durante tantos años este formato. Si realmente lo apoyaron o, sin embargo, lo ignoraron a pesar de sus notables resultados de audiencia.

Nos cuestionamos si realmente estamos ante un programa único y diferente. Y si es así, qué propuestas lo hacían especial. Qué características lo definían.

Comprobamos qué referentes tenía o si trató de parecerse a algún espacio en particular. Si surgió de forma espontánea o fue consecuencia de un proyecto muy meditado. A qué aspiraba y cuáles eran sus objetivos.

Estudiamos con detalle su evolución. Cómo fue moldeándose y adaptándose a las nuevas condiciones que le eran sobrevenidas; cambio de emisora, diferentes días de emisión, horarios fluctuantes, etcétera. Hasta el punto de modificar el formato en dos ocasiones.

Analizamos de qué forma *Diario de...* pudo influir en la televisión del momento, y si su dilatada permanencia en antena contribuyó a la aparición de otros espacios con las mismas aspiraciones.

Para responder a todas estas cuestiones y llegar a las pertinentes conclusiones, ha sido necesario un esfuerzo de contextualización y, sobre todo, un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible vinculado a nuestro tema: el periodismo de investigación.

El caso *Watergate* fue el que popularizó mundialmente esta especialidad. La trascendencia de sus revelaciones y su mitificación hizo que se extendiera la idea de que el periodismo de investigación era una tarea exclusiva de unos pocos periodistas de élite. Profesionales capaces, gracias a sus contactos, metodología y credibilidad, de derrocar gobiernos, hacer tambalear los cimientos del Estado o poner en un brete a los poderosos. Esto suponía que sólo una ínfima parte de los trabajos periodísticos pertenecían a la especialidad.

Como reacción a esa postura surgieron otros periodistas y estudiosos de la materia, que se negaron a dar por buena la dicotomía entre un periodismo de investigación y el resto. Mantenían que había que hablar más de la investigación en el periodismo y menos del periodismo de investigación. Que todo el periodismo es investigativo por naturaleza (Diezhandino, 1994; Nieto Solís, 1995; García Márquez, 1996).

Posteriormente, hubo quienes se decantaron por una posición intermedia y más precisa. Afirmaban que el periodismo de investigación es una especialidad ejercida por periodistas adiestrados para ello. Profesionales que disponen de tiempo, porque están al margen de la vorágine informativa de la actualidad diaria, y cuyos descubrimientos periodísticos son de relevancia, afectan a los ciudadanos, pero sin exigir que supongan cambios sustanciales a nivel político, económico o social (Quesada, 1997; Caminos, 1997; Lalueza, 2003).

La primera opción, tan extremadamente exigente, supondría la ausencia del periodismo de investigación, ya que son contadísimos los casos que cumplen esas exigencias. La segunda propuesta equivaldría a que cualquier información mínimamente documentada, elaborada y desarrollada se convertiría en investigativa. Y la tercera vía, la que defendemos en esta tesis, implica que el periodismo de investigación es una especialidad en la que tienen cabida trabajos que cumplen una serie de condiciones. Además, dependiendo del medio de comunicación en el que se realice, tendrá unas características, y mayores facilidades o dificultades para desempeñarlo.

El periódico ha protagonizado los mayores hitos periodísticos. En sus portadas se han publicado las investigaciones más importantes, que han derivado en repercusiones trascendentales. Es el medio más antiguo y el más propicio para albergar la indagación periodística. De sus redacciones han surgido los mejores periodistas de investigación. Profesionales con un perfil determinado. No superhombres, ni agentes secretos, sino individuos con las virtudes del buen periodista, con inquietudes y tiempo para realizar su trabajo.

Por su parte, la televisión, en un principio, sirvió para amplificar lo descubierto por la prensa. Retransmitía a su público las consecuencias de lo investigado por los periódicos. Poco a poco, fue encontrando la fórmula para emitir los descubrimientos periodísticos. Primero, logró que algunos de los periodistas más cualificados cambiaran la máquina de escribir por la cámara y el micrófono. Y segundo, mientras

la prensa seguía destapando cuestiones de Estado, la televisión se centró en asuntos menos ambiciosos, pero de gran interés para sus espectadores. Puso el objetivo de sus cámaras sobre casos que afectaban a la salud, el consumo o la seguridad de los ciudadanos. Orientó su mirada hacia temas que se adaptaban mejor a sus necesidades y posibilidades técnicas.

Nuestro cometido en esta tesis es observar y exponer cómo se ha desarrollado este tipo de periodismo reflexivo y analítico en la televisión. Cómo ha sido su integración en un medio que, por lo general, busca ser entretenido antes que informativo, en el que prevalece la síntesis sobre el análisis y en el que se exhiben las emociones por encima de los datos o las pruebas.

Desde que en el año 2003 Ferrán Lalueza publicó su tesis sobre los reportajes de investigación en televisión, no hay trabajos exhaustivos sobre esta especialidad en el medio audiovisual español. Sí encontramos textos que discuten la existencia del periodismo de investigación como modalidad independiente, y algunos que analizan el importante papel de la prensa en este campo. Sin embargo, no hallamos ninguno que estudie, pormenorizadamente, si el periodismo de investigación ha sido capaz de materializarse en la televisión. Si ha podido desarrollarse en un medio que, por su especial naturaleza, no invita a la creación de formatos cuyo fin sea la indagación periodística. Por eso, nuestro trabajo se centra en localizar y analizar aquellos programas de la televisión española que, al menos, tienen o han tenido la pretensión de llevar a cabo esta especialidad.

Lo primero que observamos es que han sido muchos los espacios televisivos que a lo largo de la historia han calificado su periodismo como investigativo. La mayoría se han promocionado como tales, por el supuesto prestigio que pudiera otorgarles, pero en realidad son muy pocos los que han conseguido realizarlo de manera continuada. En esta tesis pretendemos identificarlos. No es una tarea fácil, ya que establecer líneas divisorias o encasillar cualquier disciplina periodística es ir contra la corriente profesional. Más, si hablamos de la televisión, que experimenta desde el nacimiento de la neotelevisión, una continua hibridación de los géneros, programas y formatos, dificultando cualquier clasificación que perdure en el tiempo.

Para ello, hemos dividido cronológicamente el estudio en dos etapas. La primera, desde el establecimiento de la democracia y la llegada de la libertad de prensa a nuestro país hasta el nacimiento de *Diario de...* Y la segunda, denominada “Los coetáneos de *Diario de...*”, desde el año 2004, hasta nuestros días.

Examinamos la realidad con la que ha coexistido. Estudiamos si su impronta ha condicionado el desarrollo de otros formatos televisivos y ha creado tendencia en una realidad televisiva poliédrica y mutante.

La evolución del periodismo de investigación en televisión ha estado condicionada por la profunda transformación en el sector audiovisual español. El nacimiento de las cadenas autonómicas, la creación de las televisiones privadas y las plataformas de canales de pago o la implantación de la TDT son hechos que determinan el tipo de televisión que ha imperado en España. La exigente competencia empresarial y la lucha por liderar las audiencias han influido en los contenidos televisivos.

Las cadenas de televisión se afanan por brindarle al público un espectáculo único e irrepetible. Buscan captar, impactar, fidelizar, atrapar al televidente. Es una competición diaria. Los espectadores (personas que asisten a un espectáculo público), a diferencia de los lectores u oyentes, son contabilizados día a día. Un programa tiene su nota a la mañana siguiente de su emisión. El dato de *share* obtenido lo condiciona todo. A los reportajes de investigación también les concierne, están sometidos a esta valoración y, dependiendo de la aceptación del televidente, han tenido más o menos continuidad en la televisión.

Para ilustrar el relato y adecuarse al medio, el periodista de investigación dispone de la cámara oculta; una herramienta que, sin duda, ha marcado el periodismo de investigación en la televisión. Su introducción en el sector audiovisual y su buen uso ha facilitado la tarea indagadora a los periodistas televisivos. Su implantación supone un impulso para la especialidad en este medio. Sin embargo, planteamos si su incontrolado desarrollo y su abuso han degenerado en un periodismo sensacionalista e irresponsable. Sólo las sentencias judiciales, condenando tajantemente el uso incorrecto de la cámara oculta, parece que hacen recapacitar a los encargados de autorizar su empleo.

En este ecosistema informativo nos preguntamos si el medio audiovisual ha sido capaz de producir un volumen suficiente de trabajos de investigación periodística que nos permita identificar a la televisión como un soporte que apueste decididamente por esta especialidad. Veremos si los reportajes han surgido por impulsos o por modas, fruto de hechos coyunturales y de contextos más propicios, o si han tenido el respaldo suficiente de las cadenas. Tratamos de dilucidar si los reportajes identificados han sido tímidos intentos que casi siempre se han topado

con la realidad de un medio, el televisivo, cortoplacista que busca resultados rápidos y efectivos. O si, por el contrario, son proyectos sólidos y convincentes que han logrado asentarse en las cadenas comerciales.

En el actual panorama, una televisión resultadista y una prensa sumida en la incertidumbre, probablemente, el futuro del periodismo de investigación pasa por su desarrollo en internet. La red es el medio más adecuado para el relanzamiento de esta modalidad. El espacio disponible, la rapidez con la que se puede trabajar, el desarrollo tecnológico y la llegada de profesionales muy preparados al periodismo *online* están generando nuevas expectativas que se traducen en una mayor cantidad y calidad de los trabajos. Como sucedió con la televisión, algunos de los mejores periodistas están llegando a las redacciones de estas páginas *web* con el propósito de convertirlas en el nuevo referente del periodismo de investigación. Falta por conseguir que sus descubrimientos tengan la difusión necesaria, y para lograrlo, ya existen sinergias entre plataformas que permiten la publicación conjunta y, a veces, global de las informaciones obtenidas.

Por un lado, el nacimiento de nuevos periódicos *online* está generando una vía para la expansión de esta modalidad y, por otro, el auge del periodismo de datos está ayudando a que los profesionales puedan ejercer un periodismo de investigación más científico y riguroso. Un mejor periodismo. El principal ejemplo de esta simbiosis lo hemos encontrado en Nueva York. Se trata de *ProPublica*: el primer periódico *online* dedicado exclusivamente a realizar periodismo de investigación. Apoyado por subvenciones y donaciones ejerce, desde el año 2008, la tarea de vigilar a las instituciones públicas o las empresas privadas con el fin de defender los intereses de los ciudadanos. Su voluntad investigadora, los medios técnicos y humanos de los que dispone, y su apuesta por compartir la publicación de sus investigaciones, le hacen ser un verdadero exponente en este campo.

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

En cualquier trabajo científico es necesario aplicar una metodología que sea el sustento de la investigación. En esta tesis hemos seguido el criterio de algunos autores que creen en “el pluralismo metodológico” o la “libertad de método” y privilegian el empleo de tres formas de realizar investigación científica –cuantitativa, cualitativa y mixta– siempre y cuando se conduzcan éticamente y de manera legal (Sampieri y otros, 2006).

2.1. Enfoque cuantitativo y cualitativo

Los textos consultados sobre la metodología empleada en los trabajos de investigación se refieren de manera dicotómica a la posibilidad de aplicar un enfoque cuantitativo o cualitativo para obtener un conocimiento científico. Son los dos paradigmas más estudiados y sobre los que se apoyan la gran mayoría de los trabajos científicos.

A pesar de la ambigüedad que fija la frontera entre ambas, se puede hablar de dos grandes tipos o estilos de metodología, cada uno de ellos basado en determinados presupuestos, técnicas y prácticas, cuyo conjunto constituye un cierto aparato teórico y se orienta y aplica a problemas específicos, utiliza técnicas y lenguajes específicos, que tal vez no sean únicos y exclusivos, pero sí capaces de lograr las metas prefijadas propias (Ruíz Olabuénaga, 2012: 29).

Son dos métodos diferenciados, dos formas distintas de conocer una realidad, sin embargo, a lo largo de la historia hay tres posturas sobre la aplicación de uno u otro enfoque. Los que defienden el cuantitativo como único válido y rechazan el cualitativo; los que creen en la fiabilidad de ambos, pero aplicados por separado y, por último, los que piensan que es factible que para determinadas investigaciones y si las circunstancias lo requieren, se opte por la combinación de uno y otro (Corbetta, 2007: 60).

De una forma simplista se ha identificado el método cualitativo con el uso de las palabras, las descripciones, las viñetas y los relatos, en contraposición al cuantitativo, que usa los números, las tablas, los test de significación y los métodos estadísticos (Ruíz Olabuénaga, 2012: 20).

De una forma genérica se puede afirmar que la técnica cuantitativa, basada en los datos, trata de resumir o medir la realidad en números y se aplica sobre todo en las ciencias naturales, mientras que la técnica cualitativa se fundamenta en los hechos, pretende analizarlos en su contexto e interpretarlos, y es más propia de las ciencias sociales. En nuestro trabajo, como veremos, hemos requerido de técnicas de ambos métodos para la consecución de nuestros objetivos, ya que no son excluyentes y pueden ser complementarios (Úriz y otros, 2006: 70).

Cuando la investigación se centra en el ámbito de la comunicación, bien sea el análisis de un medio de comunicación, un mensaje publicitario o una campaña política, se hace imprescindible utilizar el método del análisis de contenido. Es lo que nos permite obtener unos datos a partir de los cuales fundamentar un estudio serio y riguroso acerca de esa realidad (Sánchez Aranda, 2005: 207).

Igartua y Humanes afirman que el análisis de contenido se puede utilizar para diseccionar cualquier producto de la comunicación de masas: “Es una técnica de investigación que permite descubrir el ADN de los mensajes mediáticos, dado que dicho análisis permite reconstruir su arquitectura, conocer su estructura, sus componentes básicos y el funcionamiento de los mismos” (2004: 8).

Para el caso que nos concierne, el conocer y reconocer si un programa de televisión está englobado en una determinada especialidad periodística, ha sido pertinente un análisis del contenido cualitativo, que Bardin diferencia del cuantitativo:

En el análisis cuantitativo lo que sirve de información es la *frecuencia* de aparición de ciertas características de contenido. En el análisis cualitativo es la *presencia* o *ausencia* de una característica de contenido dada, o de un conjunto de características, en un cierto fragmento de mensaje que es tomado en consideración (1986: 15).

Para llegar a demostrar si el programa *Diario de...* ha realizado periodismo de investigación ha sido necesario observar si prefijadas características, mensajes y objetivos aparecían o se ausentaban de su contenido. Para ello ha sido obligada la elección de un corpus: “El conjunto de los documentos tenidos en cuenta para ser sometidos a los procedimientos analíticos” (Bardin, 1986: 72). Esto implica según Igartua y Humanes (2004: 13):

1º La selección del medio de comunicación. En este caso la televisión.

2º Marco temporal en el que se realizará el análisis. Desde el nacimiento del programa *Diario de...* (2004) hasta su finalización (2014).

3º Elección de los soportes. En esta tesis hemos elegido las dos cadenas en las que se emitió: Telecinco y Cuatro.

4º Elección de los géneros. Dentro del género informativo, hemos escogido el periodismo de investigación realizado en el programa *Diario de...*

Una vez delimitados los contenidos de nuestro interés, hemos procedido a examinarlos para llegar a una serie de conclusiones acerca del objeto de estudio. En la práctica consiste en “aplicar unas reglas ya contrastadas por los años de experiencia y que son conocidas por académicos e investigadores que se ocupan del fenómeno de la comunicación y la opinión pública” (Sánchez Aranda, 2005: 215).

En el caso que nos atañe, definido el periodismo de investigación, enumeradas sus características y expuestos sus condicionantes y variables, nuestro siguiente paso ha sido comprobar si los reportajes de la muestra más representativa (los sesenta y nueve de la primera etapa en Telecinco) cumplían esos parámetros.

Además de analizar el contenido, hemos observado qué efectos ha tenido el mensaje y qué respuesta han tenido los espectadores. Se han recopilado todos los datos de audiencia de las diferentes temporadas, atendiendo al método cuantitativo; se ha obtenido la media resultante y se han establecido comparaciones, relaciones, causas o efectos de esos números obtenidos.

En este trabajo, también han sido necesarias técnicas de recogida de información propias del método cualitativo. Se han realizado entrevistas en profundidad a profesionales de la televisión para recabar opiniones personales que ofrecen una percepción subjetiva e interpretativa de la realidad.

La segunda gran técnica de investigación cualitativa viene representada por la llamada Entrevista en Profundidad, que no es otra cosa que una técnica de obtener información, mediante una conversación profesional con una o varias personas para un estudio analítico de investigación o para contribuir en los diagnósticos o tratamientos sociales (Olabuénaga, 2012, 165).

Un elemento importante en la distinción entre la investigación cuantitativa y la cualitativa es el papel que desempeña el investigador. En el método cuantitativo, “el investigador es un observador puramente objetivo cuya implicación con el fenómeno

o hecho estudiado está limitado a lo estrictamente necesario para conseguir los datos necesarios para la investigación”. Por su parte, en el método cualitativo, “el investigador intenta de primera mano un entendimiento holístico del objeto de estudio y para ello sigue una estrategia flexible tanto en la formulación del problema como en la recogida de datos, que se van adaptando progresivamente a los avances que se realizan en la investigación” (Úriz y otros, 2006: 66-67).

En relación a la tarea que desarrolla el investigador, Tomás Reyes observa similitudes entre la investigación cualitativa y la realizada por los periodistas:

La investigación cualitativa [...] es una tarea similar a la de un periodista que entrevista a personas reconocidas, revisa récords, considera la credibilidad de la opinión de una persona contra la opinión de otra persona, busca los lazos entre intereses especiales y las organizaciones, y escribe la historia para un público concernido, así como también para sus colegas profesionales (Reyes, 1998: 77).

En este trabajo, la investigación surge de la experiencia profesional del doctorando como periodista de televisión durante veinte años y, más concretamente, como coordinador del programa de televisión *Diario de...* La participación directa en el objeto de estudio permite un conocimiento profundo de todas las circunstancias que rodearon al nacimiento, desarrollo y final del espacio. Al mismo tiempo, ese grado de implicación conlleva que la subjetividad esté presente en buena parte de la investigación. Este hecho, que condiciona el análisis, entronca con los métodos cualitativos que ven al investigador como un intérprete. “Enfatizan conocer la realidad desde una perspectiva de *insider*, de captar *el significado particular* que a cada hecho atribuye su propio protagonista, y de contemplar estos elementos como piezas de un conjunto sistemático” (Ruíz Olabuénaga, 2012: 17).

El programa *Diario de...* ha sido, desde el año 2004, la prioridad para el doctorando. La prueba más evidente es que el Diploma de Estudios Avanzados (DEA), presentado hace diez años, trataba sobre este espacio y se tituló: *El reportaje de investigación. Diario de...: un híbrido diseñado para la televisión*. Durante todo ese tiempo el doctorando ha ido recopilando datos, documentos e informaciones sobre el programa que han servido para la elaboración de la investigación.

A pesar de haber estado diez años en antena no hemos localizado ningún estudio detallado sobre el programa *Diario de...* Eso significa que la inmensa

mayoría de las aportaciones realizadas son de la propia experiencia del doctorando, que desarrolla una investigación exploratoria del caso. “Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un problema o tema de investigación poco estudiado o que no se haya abordado antes” (Hernández Sampieri y otros 2006: 100).

Los estudios exploratorios son propios de la metodología cuantitativa, como también es consustancial a este sistema de trabajo la utilización de una amplia bibliografía para delimitar el marco teórico. Es decir, el compendio de libros, artículos y otros documentos consultados, nos han servido para describir el estado pasado y actual del conocimiento sobre el problema de estudio. Además nos ha ayudado a documentar cómo nuestra investigación agrega valor a la literatura existente (Sampieri y otros 2006: 64).

2.2. Fuentes y documentación

La piedra angular de cualquier trabajo de investigación son las fuentes. El trabajo del investigador consiste en localizarlas, ver si son pertinentes y emplearlas con rigurosidad. “Las fuentes de información están constituidas por el conjunto de documentos y cualquier otro tipo de recurso de utilidad que el investigador precisa para completar su investigación” (Malalana, 2013: 42).

En este caso, para la realización de esta tesis hemos recurrido fundamentalmente a las fuentes bibliográficas, las audiovisuales y las entrevistas en profundidad.

2.2.1. Fuentes bibliográficas

El primer paso ha sido revisar la literatura existente sobre el campo de estudio. Han sido muy numerosas las consultas bibliográficas, y continuas las referencias a los diferentes autores que han escrito sobre el tema de nuestra tesis. El periodismo de investigación ha sido ampliamente estudiado y, gracias a la lectura de los libros escogidos, hemos podido resolver dudas y confirmar algunas hipótesis, a la vez que concretar el estado de la cuestión. Especialmente, los libros de Petra M.

Secanella, Montserrat Quesada, José María Caminos o Javier Chicote han sido muy clarificadores.

Sin embargo, en lo atinente al desarrollo de esta especialidad en el ámbito audiovisual, no existe mucha literatura que aborde esta cuestión en profundidad. Ello puede ser debido a que el medio televisivo no es reconocido por el fomento de esta modalidad, y sí por la producción de otro tipo de formatos. No obstante, sí hay algunas fuentes textuales valiosas como la tesis de Ferrán Lalueza, trabajos en revistas especializadas o artículos en prensa, que nos han servido como guía y apoyo.

En cuanto al objeto de estudio, el programa *Diario de...*, no hemos localizado ningún texto que lo analice, y hay muy pocos que tratan, someramente, aspectos concretos de este espacio. Las principales alusiones provienen de las críticas de televisión, publicadas en la prensa, mientras el programa estuvo en emisión. Esto puede responder, como afirma Umberto Eco, a que cuando el objeto de estudio es un fenómeno real como un programa de televisión: “En estos casos las fuentes no existen todavía en forma de textos escritos, pero deben convertirse en los textos que se incluirán en la tesis a modo de documentos: serán datos estadísticos, transcripciones de entrevistas, fotografías quizá o incluso documentación audiovisual” (2005, 62).

Haciendo caso a estas recomendaciones, prácticamente la totalidad de la información que alude al objeto de estudio son aportaciones del doctorando. Se han recopilado todos los programas emitidos, los temas tratados, sus horarios de emisión, sus porcentajes de audiencia y se han equiparado o comparado con otros trabajos de un corte similar. Todos estos datos se han sintetizado en diferentes tablas y gráficos que clarifican los resultados obtenidos.

Además, hay determinados documentos, que adjuntamos en los anexos, que son inéditos, y que los incluimos en esta tesis, porque nos ofrecen información relevante y nos sirven para sostener algunos de los planteamientos realizados.

2.2.2. Fuentes audiovisuales

El examen exhaustivo de los espacios audiovisuales precisa de imágenes que expliquen y clarifiquen la información que se ofrece. En esta investigación son cuantiosas las fotografías que han servido de ejemplo ilustrativo de lo que se analiza y permiten que el doctorando argumente con este soporte documental como ayuda. La mayoría son capturas de momentos puntuales de los diferentes reportajes estudiados.

En lo que se refiere al objeto de estudio, al otorgar una importancia notable al tratamiento de la imagen en el programa *Diario de...*, ha sido pertinente la inclusión de numerosas figuras que ejemplifican de qué forma se realizaban los reportajes.

Las fotografías también nos han ayudado para establecer comparaciones y relaciones con otros programas del mismo sesgo o para ver las similitudes o diferencias entre las distintas etapas por las que discurrió el programa *Diario de...*

El doctorando ha sido partícipe de la elaboración de los reportajes realizados por *Diario de...* A pesar de ello, y teniendo en cuenta el tiempo transcurrido desde la realización de muchos de ellos, hemos procedido a analizar con detalle aquellos que, *a priori*, parecían cumplir los requisitos establecidos de pertenencia a la modalidad, o que de algún modo, se presentaban al telespectador como si fueran periodismo de investigación.

También ha sido necesario el visionado de decenas de reportajes anteriores al nacimiento de *Diario de...* y muchos de sus programas contemporáneos. Esto ha sido fundamental para incluirlos en el marco de estudio o descartarlos. A través de la observación de los distintos espacios hemos establecido unos patrones de comportamiento comunes en muchos de ellos. Eso nos ha facilitado llegar a conclusiones genéricas.

2.2.3. Entrevistas en profundidad

Como sustento y apoyo argumental de esta tesis aportamos diez entrevistas inéditas a distintos profesionales. Todos ellos son periodistas; en su mayoría, ocupan actualmente cargos de responsabilidad en diferentes programas de televisión y han tenido o tienen vinculación con el periodismo de investigación.

Algunas de las entrevistas se han realizado por correo electrónico, y el resto, mantenidas en persona y registradas en un grabador de audio. En algunos casos, se trata de conversaciones en profundidad con ex compañeros con los que el doctorando ha compartido su labor profesional.

Hemos recurrido a estos profesionales por varios motivos. Primero, porque como se ha señalado, el periodismo de investigación en televisión en España está poco analizado y ellos podían arrojar algo de luz sobre este campo de estudio; segundo, porque algunos de ellos conocen con detalle el programa *Diario de...*, y pueden aportar opiniones relevantes sobre él y tercero, porque nos proporcionan información original y muy valiosa sobre su actividad periodística.

Se ha decidido que algunos extractos de las entrevistas vayan integrados a lo largo de la tesis. Se citan con el apellido y la fecha de la entrevista, de la siguiente manera: (Bernaola, 2015). En el capítulo dedicado a los anexos se pueden consultar completas.

Por orden alfabético señalaremos las diez entrevistas en profundidad realizadas y la motivación de cada una de ellas:

1. José Manuel Albelda

Este periodista fue entrevistado en su condición de director durante once años del programa *30 minutos* de Telemadrid. Este espacio fue un referente informativo de la cadena y cuenta en su larga trayectoria con algunos reportajes muy interesantes. Es cierto que su emisión semanal le impedía disponer del tiempo necesario para investigar, pero puntualmente consiguió hallazgos informativos. En sus veintiún años de existencia pasó por todo tipo de avatares y estuvo condicionado por pertenecer a una televisión pública. El doctorando, que trabajó durante diez meses como reportero en este programa, conoce el desempeño por Albelda al frente de *30 minutos*, y consideramos importante recoger sus opiniones sobre el periodismo de investigación en televisión.

La entrevista se realizó por correo electrónico el 11 de marzo de 2015, y el cuestionario se circunscribió a su etapa como director del *30 minutos*.

2. Itziar Bernaola

Es la actual subdirectora del programa *El Objetivo*, emitido en La Sexta. Su trayectoria en televisión está ligada al periodismo y a los reportajes de larga duración. La entrevista realizada por correo electrónico el día 9 de diciembre de 2014, tenía como objetivo conocer cómo se estaba implementando el periodismo de datos en un espacio televisivo.

3. Laura Cárdenas y Alejandro Vázquez

Son dos reporteros del programa *Equipo de investigación* de La Sexta, que previamente habían formado parte de la redacción de *Diario de...* Al haber desempeñado tareas similares en ambos espacios, el doctorando busca que los entrevistados le señalen las semejanzas y las diferencias entre ambos espacios contemporáneos. Ambos periodistas fueron entrevistados en El Matadero de Madrid, el 24 de junio de 2015.

4. Manuel Cerdán

La entrevista personal se desarrolla en el Hotel Colón de Madrid, el día 18 de febrero de 2015. Durante más de una hora Manuel Cerdán, uno de los periodistas de investigación de mayor prestigio en nuestro país, responde a un cuestionario que tiene por objeto establecer una comparación entre su experiencia televisiva y la desarrollada en la prensa. El interés para nuestra tesis radica en conocer cómo un periodista acostumbrado a ejercer el periodismo de investigación en la prensa fue capaz de adaptarse a un medio tan diferente como el televisivo. El doctorando trabajó con Manuel Cerdán en la serie de reportajes de investigación para televisión *Crónica de una generación*.

5. Minhee Cho

La responsable de comunicación de *ProPublica* fue la persona que nos explicó y enseñó el funcionamiento del primer sitio en internet dedicado en exclusiva al periodismo de investigación. Estimamos necesario viajar hasta Nueva York para

conocer en persona el nuevo paradigma de la modalidad, que está siendo imitado en otras partes del mundo. Esta publicación reúne todas las condiciones básicas para el ejercicio de un periodismo de investigación capaz de generar noticias propias. La entrevista fue realizada el 2 de enero de 2015 en la redacción de *ProPublica*.

6. Miriam De Las Heras

Fue coordinadora de redacción del programa *Equipo de investigación*, en su primera etapa en Antena 3 TV. Su entrevista está justificada porque mientras desempeñó ese cargo fue la encargada de negociar la colaboración con las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado (FCSE) en los reportajes. Nos interesa saber si esa cooperación les sirve para realizar un mejor periodismo de investigación o, simplemente, para ofrecer un discurso audiovisual más completo y eficiente.

7. Marcos García Rey

Nos recibió el 17 de diciembre de 2014 en la Fundación de la Universidad Juan Carlos I, en Madrid, donde coordina el Máster de periodismo de investigación, datos y visualización. Como periodista de investigación y experto en el periodismo de datos, nos ha ilustrado sobre la sinergia entre ambas disciplinas y nos ha ayudado a conceptualizarlas. También nos advierte de la escasa implantación del periodismo de datos en nuestro país en comparación con el resto de potencias mundiales.

8. Mercedes Martín

Además de portavoz de La Guardia Civil es periodista. Su relación con los medios de comunicación es constante, y en los últimos años ha incrementado su trato con aquellos programas televisivos que buscan reflejar cómo es el trabajo de los guardias civiles. Tanto el programa *Diario de...*, como *Equipo de investigación*, son espacios con los que ha colaborado para la realización de reportajes. La entrevista, realizada el 25 de febrero de 2015, en la Comandancia de la Guardia Civil en Tres Cantos, Madrid, describe su experiencia profesional como mediadora entre los periodistas y los agentes.

9. Mercedes Milá

Nos recibe, el 20 de mayo de 2015, en su casa situada en la calle Claudio Coello, Madrid. Es entrevistada por su condición de presentadora de *Diario de...* durante diez años. El rol de Mercedes Milá trasciende al habitual de una conductora de un programa. Su implicación en el contenido es muy notable y, sobre todo, es destacable su relación con los máximos responsables de la cadena en la que se emitía. Eso hace muy interesante su aportación sobre el papel que jugó *Diario de...* en una cadena como Telecinco.

10. Mark Wieting

Fue reportero de El Mundo TV en su época dorada y, posteriormente, director de investigación, en su etapa menos prolífica. Desde ambos puestos ha podido comprobar la evolución de la productora y su posicionamiento en el mercado televisivo. Pensamos que desde su experiencia de campo aporta una visión panorámica del desarrollo del periodismo de investigación televisivo en España. La entrevista se realizó el 17 de abril de 2015, en el Hotel Confortel de Madrid.

2.3. Estructura de la investigación

La estructura del trabajo de investigación es consecuencia de la metodología empleada. Los contenidos se organizan de forma coherente y siguiendo un orden concreto y cronológico: de lo más genérico a lo más específico y de lo más antiguo a lo más actual.

Los capítulos 1, y 2 sirven de introducción, presentación y formulación de las preguntas de esta investigación, a la vez que explican la metodología empleada para la consecución de los objetivos planteados.

El capítulo 3 está dedicado a reconocer la existencia de un periodismo reflexivo e investigativo como una especialidad necesaria, en un sector, el periodístico, que prioriza otros contenidos y está dominado por otros parámetros. Un periodismo de investigación que tiene unas características particulares, ejercido por periodistas con un perfil determinado y que se ha desarrollado con naturalidad y de

forma continuada en la prensa, asumiendo el papel del periodista como “perro guardián” de las instituciones.

El capítulo 4 pretende contextualizar, y para ello, sitúa temporal y geográficamente el origen del periodismo de investigación. Posteriormente, localiza en España su desarrollo en los medios impresos. Distinguimos cinco etapas, basadas en la clasificación realizada por Díaz Güell en su tesis, que tienen su finalización en el momento de la creación del programa de televisión *Diario de...* (2004). En este punto, la investigación se centra en la televisión para poder aproximarnos convenientemente el objeto de estudio.

El capítulo 5 está centrado en analizar cómo el periodismo de investigación comienza a implementarse en el medio audiovisual; las ventajas y los inconvenientes que se encuentra, y las diferencias que existen con respecto a su realización en los periódicos. Otro apartado profundiza en la metodología empleada por los periodistas televisivos para lograr sus objetivos, las llamadas prácticas detectivescas.

En el capítulo 6 señalamos la televisión de EE. UU. como la impulsora del periodismo de investigación, con el programa *60 minutes* como principal exponente. A continuación, identificamos y analizamos algunos de los programas de reportajes de investigación realizados en la televisión española desde la llegada de la Democracia a España, hasta el nacimiento *Diario de...* Al ser un campo de estudio tan amplio, no ha sido nuestra pretensión mencionarlos todos, sino que nos hemos detenido en los más destacados. Especial importancia tiene el seguimiento pormenorizado que hacemos de los trabajos realizados por la productora El Mundo TV, pionera en el empleo de la cámara oculta en los reportajes de investigación.

El capítulo 7, el más extenso de este trabajo, está plenamente focalizado en el objeto de estudio: el programa *Diario de...* Para ello dividimos temporalmente su desarrollo en tres etapas bien diferenciadas. La primera, y más duradera (2004-2010), corresponde a los años que está programado en la cadena Telecinco. La segunda (2011-2014), se ciñe al período en que fue emitido en Cuatro, con una pequeña variación en el nombre, *Diario de... denuncia tu causa*, y con la modificación sustancial del formato. La última, y más breve (2014), también se programó en Cuatro con el título de *La Redacción*. En todas las etapas incluimos un balance recopilatorio y conclusivo.

En el capítulo 8, llamado “Los coetáneos de *Diario de...*”, contabilizamos y estudiamos aquellos programas que desde 2004 hasta 2015, se han presentado y han tenido la voluntad de hacer periodismo de investigación en televisión. Elegimos las cinco principales cadenas de televisión, en cuanto a visibilidad, y observamos los espacios que en el período de tiempo mencionado han tenido una voluntad investigadora.

Hemos dejado para el capítulo 9 la evolución que está experimentando el periodismo de investigación. A través de modalidades como el periodismo de datos o mediante filtraciones planetarias *online*, como la de *WikiLeaks*, observamos un cambio en el ecosistema informativo, que tiene en internet su canalización. La plataforma *ProPublica*, es un claro ejemplo de ello.

En el capítulo 10, están desglosadas las conclusiones derivadas de la investigación. En el 11 se detallan las distintas fuentes consultadas: monografías, contribuciones en monografías, tesis doctorales, anuarios, artículos especializados, entre otros, y la webgrafía. El capítulo 12 está dedicado a la indexación de tablas, figuras y gráficos, y en el 13 se compilan los anexos: transcripciones de las diez entrevistas en profundidad realizadas y los documentos o datos aportados por el doctorando, como varias notas de prensa, curvas de audiencia o cartas enviadas al programa.

3. EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN

3.1. No todo el periodismo es investigativo

El periodismo que consumen la mayoría de los ciudadanos es aquel que se publica en los periódicos digitales, el que oímos en los boletines horarios de radio o el que vemos en las ediciones de los informativos de televisión. Según los últimos datos¹, el ciudadano que quiere estar informado lo primero que hace es encender su televisión y, en segundo lugar, conectar su móvil u ordenador para ver los diarios en internet. Los informativos de televisión son frecuentemente los programas más vistos del día².

Para satisfacer la demanda del público, las redacciones de todos los medios destinan muchos de sus recursos humanos y materiales para ser los primeros en dar la noticia. Saben que hay un público amplio interesado en conocer al instante lo que pasa en el mundo. Los últimos avances tecnológicos se ponen a disposición del periodismo de actualidad. Según Ángel Benito, el concepto de actualidad periodística hace referencia a la esencia de la misión informativa: comunicar las novedades más recientes, y lo define como “la selección de aquellos acontecimientos que, en razón de su interés humano y actual, ganan la atención pública en un momento dado” (1995: 12).

Mar de Fontcuberta señala que la actualidad es el factor que convierte un hecho en digno de ser noticia. Y para que una información sea noticia se han de dar tres factores: “que acabe de producirse, que se dé a conocer en el mínimo espacio de tiempo posible, y que ese conocimiento circule entre un público amplio y masivo” (1993: 21).

En este periodismo de actualidad, gran parte de los profesionales de la información que lo ejercen están condicionados por la naturaleza de este trabajo

¹ Un 76% de los encuestados afirman que se informan a través de la televisión y un 49% dice que lo hace con las *webs* y *apps* de los periódicos digitales. Según el estudio de *Reuters Institute Digital News report* 2014: España (Universidad de Navarra). Disponible en: <http://www.unav.edu/documents/3786985/0/Reuters-Institute-Digital-News-Report-2014-Espana.pdf>

² La segunda edición de informativos Telecinco, presentada por Pedro Piqueras, fue el programa más visto los días 26, 27 y 28 de enero de 2015, según datos de Kantar Media.

diario y a contrarreloj. Las noticias son perecederas y han de salir a la luz en cuanto se tenga conocimiento de ellas. La competencia entre medios hace que los periodistas le den especial trascendencia a ser los primeros en contar lo que ocurre. Vivimos en la cultura de la exclusiva, la rapidez y, por tanto, muchas de las informaciones se difunden sin estar contrastadas y menos aún se investigan. Es muy complicado ir más allá de un simple relato de los hechos, aunque sea de una manera muy precisa y escrupulosa.

Ya en el año 2000 la Unesco avisaba de que el aumento de la demanda era no sólo de más cantidad de noticias, sino también de una mayor velocidad en la transmisión. Señalaba que la carrera por ser el más rápido en presentar las últimas noticias, en antena o en Internet, estaba dando lugar a una nueva forma de periodismo, focalizada sobre lo inmediato, el “periodismo instantáneo”. En esa disputa quien salía perjudicado era el periodismo analítico, claramente en declive: “El ciclo de noticias de veinticuatro horas al día y las cambiantes noticias de ‘primera página’ disuaden de la reflexión, la investigación y el análisis, que exigen un tiempo del que las redacciones no pueden disponer” (Saik Yoon, 2000: 109).

El inmenso flujo de información que reciben las redacciones condiciona el trabajo de los periodistas hasta el punto de que se está abriendo un espacio importante al viejo peligro de servir, no al público, sino a los creadores de noticias (*newsmakings*); en lugar de controlar al poder establecido, lo apuntalan (Diezhandino, 2005).

Hay que ver si, teniendo en cuenta sus servidumbres, el periodismo de actualidad es capaz de llegar a ejercer una función investigadora. La profesora Eva Aladro hace una distinción muy clara entre el periodismo *beat* y el de investigación:

Periodismo ‘beat’, que se ocupa fundamentalmente de noticias de impacto, exclusivas o *scoop*, filtraciones y bombazos informativos y el periodismo de investigación que no suele limitarse a filtraciones o noticias de impacto, sino que trabaja más extensamente y sólo sus conclusiones son de impacto (1995: 113).

Además de centrarse en las informaciones más urgentes, la mayoría de las noticias que ofrecen los medios que se dedican a la actualidad diaria, provienen de los cauces oficiales; agencias de noticias, gabinetes de prensa, empresas de comunicación y, por tanto, suelen ser informaciones institucionales e interesadas,

carentes de un mínimo análisis e investigación. La catedrática Montserrat Quesada, señala que ese tipo de fuentes informativas no nutren al periodismo de investigación. “El periodismo de investigación centra su interés en aquellas realidades de las que no se informa en los canales oficiales” (1997: 31). Es más, la práctica habitual, es que el periodismo de investigación cuestione esas declaraciones institucionales y las ponga en tela de juicio.

Según el periodista Justino Sinova hay tres periodismos que se sitúan en las antípodas del buen periodismo investigador: “el periodismo de notas oficiales, el periodismo de declaraciones y el periodismo de fuentes ajenas” (1998: 49).

Si a esto le añadimos, que los medios de comunicación actuales, en especial la televisión, apenas dedican espacio y tiempo para que el periodista pueda profundizar y reflexionar sobre la realidad de los hechos, observamos que son muy pocos los que tienen la posibilidad de ejercer el periodismo, tal y como lo define el escritor Gabriel García Márquez: “la investigación no es una especialidad del oficio, sino que todo el periodismo debe ser investigativo por definición”³.

Ya no está de moda el periodista, históricamente representado en el cine y la literatura, que comparte confidencias con el policía tras la barra de un bar; capaz de conseguir, gracias a sus contactos, una exclusiva valiosa. Casi ningún medio apuesta por ese periodista solitario, independiente y con horarios intempestivos. Ahora se promueve al periodista multimedia capaz de producir noticias rápidamente. Lejos de buscar ser investigativo, el periodista de actualidad tiende a ser resolutivo y eminentemente práctico.

En “El periodismo de investigación no es periodismo convencional”, Mark Lee Hunter y Nils Hanson establecen la diferencia entre uno y otro periodismo. Afirman que la búsqueda del porqué de lo que sucede, se transforma en “de qué manera” ha sucedido. Discrepan de la afirmación de García Márquez y señalan que “el periodismo de investigación no es sólo periodismo a la vieja usanza pero bien hecho como dicen algunos profesionales” (2013: 8).

³ Palabras pronunciadas en el discurso “El mejor oficio del mundo” con motivo de la 52ª asamblea de la Sociedad Iberoamericana de prensa en Los Ángeles (EE. UU.), el 7 de octubre de 1996.

Como demuestran los últimos estudios⁴, cada vez más personas se conectan a través de su teléfono móvil para conocer la última hora. Buscan la comodidad y la facilidad que les proporciona internet para enterarse de los últimos acontecimientos. Los medios lo saben y les proporcionan un periodismo *ad hoc*, fácil de asimilar. Es un periodismo de titulares, con frases grandilocuentes, diseños a todo color, grandes fotos e imágenes espectaculares. Es el tiempo en el que se valora ser más rápido e impactante que la competencia y, por tanto, no hay apenas espacio para la investigación.

Creemos que este tipo de periodismo es el que impera en las redacciones de la mayoría de los medios de comunicación que se dedican a la actualidad diaria. Si hacemos el esfuerzo de leer varios periódicos digitales y ver distintos informativos, en el mismo día, comprobaremos cómo las noticias se repiten, las declaraciones se calcan y las anunciadas novedades no son tales.

Por poner un ejemplo, desde la fusión de las cadenas Telecinco y Cuatro⁵, ambas redacciones de informativos trabajan como si fueran una. Los contenidos, las imágenes y las informaciones se comparten con el fin de abaratar costes; cualquier cobertura informativa es aprovechada por las ediciones de las dos emisoras. Desde un punto de vista económico es un ahorro evidente, pero nos preguntamos si dicha sinergia favorece la pluralidad informativa y la diversidad de contenidos.

La fotografía diaria de una redacción de cualquier periódico, radio o televisión es la de un grupo de “periodistas multimedia”, “periodistas orquesta” o “periodistas multiplataforma” desarrollando varias tareas diferentes a la vez. Con la implantación, a finales del siglo pasado, de la tecnología digital⁶ el redactor ya no se circunscribe a las tareas propias del periodista, sino que asume las de un realizador o las de un informático. En una mañana, un redactor de un informativo puede ir a cubrir una noticia, escribirla, locutarla y editarla en su ordenador. Además, es factible, que tenga que hacer una versión para la página *web* de la cadena, o colgar fotos de su

⁴ Entre quienes utilizan el teléfono móvil, el 57% de los usuarios lo emplean para informarse. Según *Reuters Institute Digital News Report 2014*: España (Universidad de Navarra) Disponible en: <http://www.unav.edu/documents/3786985/0/Reuters-Institute-Digital-News-Report-2014-Espana.pdf>

⁵ La fusión entre las dos cadenas de televisión, pertenecientes al grupo Mediaset, se hizo efectiva en enero de 2011.

⁶ Telecinco fue la primera televisión española que implantó en su redacción de informativos el sistema digital, en septiembre de 1998.

hallazgo en el *blog* del presentador. ¿Será capaz de analizar o investigar algo de lo que ha publicado?

Teniendo claro que el tipo de periodismo dominante no tiene tiempo para investigar, habría que saber dónde queda y qué es el periodismo de investigación para dejar claras las peculiaridades que lo hacen diferente. Para Petra M. Secanella, una de las primeras estudiosas sobre el periodismo de investigación en España, el punto de partida del periodismo de investigación es “la obligación por parte de los profesionales de descubrir lo oculto por los poderes públicos y que los ciudadanos tienen derecho a saber” (1986: 33).

Por su parte el periodista y académico, Neale Copple coincide con Secanella en que son “los trabajos que resultan de sacar a la luz los hechos que están bajo la superficie” (1968: 23). Es decir, parece que en el periodismo de investigación hay un empeño por descubrir, por desvelar, aquellos hechos que pudieran ser noticiosos y que alguien pretende ocultar.

Para el investigador Ferrán Lalueza: “El periodismo de investigación es la modalidad periodística especializada, que denuncia hechos ocurridos o situaciones creadas aportando información inédita esencial, de relevancia permanente y completamente verificada” (2003: 390).

Haciendo un símil fotográfico, mientras que el periodismo rutinario saca decenas de instantáneas del momento noticioso y decide, de prisa y corriendo, publicar la mejor foto por razones estéticas o efectistas, el periodismo de investigación tiene otro criterio para publicarla: recopila todas esas fotos, las observa, analiza y ordena una por una, hasta descubrir dónde está la noticia y qué se esconde detrás de ella.

Ricardo Arques, periodista de investigación, señala que “el periodismo bien hecho hace una fotografía de la realidad y, el de investigación, una radiografía de la misma” (Caminos, 1997: 17).

Si la mayoría del periodismo que se ejerce en las redacciones, surge de las fuentes oficiales, se hace con prisa, sin análisis y sin afán investigativo, se puede colegir que estamos ante la ausencia de periodismo. A no ser que este trabajo, el de investigación, sea una función que realizan específicamente algunos periodistas, como consecuencia de su especialización. Para el catedrático de periodismo, José María Caminos, existe una línea divisoria muy clara: “El periodismo de investigación es una especialidad dentro del periodismo. Una especialización tanto más necesaria

cuanto más se acentúa la tendencia de los medios a publicar informaciones que circulan a través de las fuentes oficiales de la información” (1997: 15).

3.2. El periodismo de investigación, una especialización necesaria

Hemos visto que el periodismo diario, de actualidad o como lo llama Montserrat Quesada “generalista”, no abarca la parte más indagatoria y está limitado, sobre todo, por la falta de tiempo. Ante esta barrera temporal, muchas veces insalvable, se hace necesario un periodismo más analítico, inquisitivo, comprometido y cuyo fin principal sea velar por los intereses de los ciudadanos. Es un tipo de periodismo que requiere de unas condiciones laborales diferentes y de unos profesionales preparados y cualificados para ejercerlo.

Quesada establece cinco diferencias fundamentales entre el periodismo generalista y el que está especializado: “una formación académica-profesional, la actitud que adoptan ante la información, la relación que establecen con las fuentes de información, la metodología de trabajo que emplean y los objetivos que persiguen cada uno de ellos” (1998: 39).

En casi todos los sectores profesionales existe una tendencia a la especialización del trabajo que viene exigida por la necesidad, en los distintos ámbitos, de tener a profesionales cada vez más experimentados en facetas muy concretas de su oficio. Se observa en el ámbito científico, el empresarial, el universitario, y el del periodismo no tenía porqué ser diferente. En un hospital hay personal dedicado a las urgencias diarias, centrado en su rutina diaria, y hay otros trabajadores que investigan en el laboratorio buscando un antídoto al virus del ébola. Eso, que es tan evidente en el mundo de la medicina, es aplicable a cada vez más sectores profesionales.

En el periodismo, si bien, no es tan obvia esa diferencia, sí podríamos hacer un paralelismo. Observamos que existen por un lado: los periodistas encargados de la información diaria, la mayoría, y, por otro, una minoría, aquellos que se encargan de analizar pormenorizadamente, con una metodología concreta, esa realidad cotidiana para extraer conclusiones que nos permitan entenderla mejor. Es ahí donde encontramos a los periodistas de investigación. Montserrat Quesada no ve diferencias entre otras profesiones y la que es objeto de nuestro estudio:

Todo proceso de investigación periodística no es diferente de la investigación artística, o la científica o la puramente académica. Todas ellas arrancan de una idea base –más o menos intuitiva racionalizada– y, a partir de ella, desarrollan su propia estrategia de investigación o metodología específica (1998: 112).

A diferencia de lo que sucede en otros sectores laborales, los periodistas de investigación no tienen una categoría profesional que los distinga del resto de informadores. Lo único que nos permite identificarlos es su bagaje profesional y el rol que desempeñan de manera continuada en una redacción periodística. Bien es cierto que, desde hace unos años⁷, los estudiantes de periodismo tienen la posibilidad de especializarse con cursos o másteres en esta modalidad periodística.

En el ámbito académico se han incorporado asignaturas obligatorias, en carreras como Periodismo, que hace veinte años no figuraban en los planes de estudio. Son materias que surgen porque en el mundo laboral se exige que los futuros profesionales dominen facetas específicas de la profesión. Es el caso del periodismo de investigación. En los planes de estudio de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad Complutense de Madrid, el periodismo de investigación aparece en el año 1995 como asignatura optativa de segundo ciclo⁸. Hoy, se imparte en muchas de las universidades públicas y privadas de España de forma obligatoria. Además, destacados profesionales en ese campo, el de la investigación periodística, enseñan esa materia partiendo de una base clara: el periodismo de investigación es una especialidad dentro del Periodismo.

En la declaración de intenciones del Máster de Reporterismo y Periodismo de Investigación de TRACOR, se afirma que el objetivo del curso es que los ya licenciados adquieran los hábitos, herramientas y métodos de trabajo de un especialista en esa materia. “El Máster incide de forma intensiva en la actividad informativa que va más allá de la comunicación del hecho, que indaga en las causas y consecuencias de ese hecho: la investigación periodística que requiere una formación y un método específico de trabajo que sólo se puede obtener en un programa de alta especialización” (www.tracor.es, 2014). Los jóvenes que eligen ese campo de trabajo tienen una idea muy clara de a qué quieren dedicarse.

⁷ El primer máster que abordaba la enseñanza del periodismo de investigación en televisión en España fue el creado por El Mundo TV. El instituto TRACOR se creó en 1989.

⁸ Resolución de 7 de septiembre de 1995, de la Universidad Complutense de Madrid, por la que se publica en el BOE el plan de estudios para la obtención del título oficial de Licenciado en Periodismo.

3.3. Características del periodismo de investigación

Para poder entender la especificidad de este tipo de periodismo hay que señalar una serie de características propias de este trabajo que lo diferencian del resto del periodismo que se hace en los medios.

1/ El periodismo de investigación debe ser independiente. Quizá la primera y fundamental seña de identidad del periodismo de investigación sea la independencia. El periodismo de investigación no debe estar sometido a intereses políticos, comerciales, empresariales o religiosos. Se tiene que ejercer en unas condiciones sociopolíticas estables y con unas cotas de libertad muy altas. Para el escritor argentino Heriberto Muraro, existen al menos dos premisas:

Además de la existencia de un régimen democrático estable, el periodismo de investigación requiere el cumplimiento de, por lo menos, dos condiciones básicas: empresas periodísticas económicamente independientes de los partidos políticos, del gobierno y de los grupos de presión, y la existencia de un consenso social, que garantice la libertad profesional de los periodistas (1997: 31).

Es imprescindible que el periodista o grupo de periodistas que pretenden desvelar, descubrir o denunciar algo, sea absolutamente libre, sino todo sería una impostura. La prueba de fuego para el periodismo de investigación sería “que los periodistas fueran capaces de investigar a los medios de comunicación como instituciones que acumulan grandes dosis de dinero, influencia y poder” (Secanella, 1986: 37).

Eso, hoy por hoy, parece utópico, pero sí es cierto que sería la forma de acreditar el grado de independencia que tiene un medio. Actualmente, las mayores mermas en la independencia no son políticas, sino empresariales, ya que coyunturalmente puede originarse un conflicto de intereses. “Hay que tener en cuenta que en muchas ocasiones los intereses de la investigación pueden entrar en clara confrontación con los intereses económicos de los medios de comunicación” (Caminos, 1997: 69).

2/ El periodismo de investigación tiene la voluntad de denunciar hechos ilegales o ilícitos⁹ que están ocultos. Tradicionalmente se trataba de asuntos que afectaban a las instituciones públicas. Esto, hoy en día, se ha extendido al ámbito de lo privado, ya que hay muchas empresas cuya función influye en los intereses generales.

El periodismo de investigación se basa en indagar sobre aquellos asuntos de los que se tienen pruebas. No se debe comenzar a investigar un tema si no hay indicios de que hay algo irregular. No todo el mundo está bajo sospecha. Una de las posibilidades del periodismo de investigación es servir de cauce de expresión para aquellos ciudadanos que quieran denunciar públicamente un hecho que pueda ser noticioso. En algunas ocasiones, son las quejas de los lectores o televidentes, las que impulsan la investigación periodística.

3/ El periodismo de investigación debe tener repercusión. Lo ideal es que tras un buen reportaje de investigación haya consecuencias. Eso no significa que tenga que dimitir el presidente del gobierno, ni que se modifiquen las leyes, pero sí es exigible que al menos se produzca una reacción mediática, social, política o legal ante los descubrimientos expuestos por el medio de comunicación. Hoy en día la respuesta inmediata de las redes sociales puede generar una reacción global que suscite, al menos, un intenso debate sobre el tema.

4/ El mejor aliado del periodismo de investigación es el tiempo. En su versión ideal y utópica no debería haber limitaciones de tiempo para realizar el trabajo. El periodista necesita documentarse, debe ser minucioso, indagar, conocer a las personas adecuadas. “Debe ir siempre más allá de la versión oficial del acontecimiento” (Secanella, 1986: 41). Esto significa que no debería haber plazos fijos para la finalización de un reportaje de investigación. Las limitaciones alteran el buen hacer del periodista y aún cuando se pusieran vencimientos, éstos deberían ser aproximados, nunca innegociables. El periodismo de investigación maneja información sensible, que afecta a la gente y por ello debe saber administrar los tiempos con la flexibilidad necesaria con el fin de evitar errores.

⁹ Ilegal es aquello que va contra la ley e ilícito es lo no permitido legal o moralmente. Ambas definiciones vienen recogidas en el diccionario de la RAE.

5/ En el periodismo de investigación no tendrían que existir, *a priori*, restricciones de espacio. Mientras que una noticia de actualidad, una entrevista o una crónica tienen un espacio asignado en el periódico, un reportaje de investigación no debería tener acotaciones previamente establecidas. No se trata tampoco de escribir un libro, sino de dar el suficiente margen para que la información pueda ser explicada con detalle. Además, si es necesario, el resultado de la indagación puede ir serializado o publicado en capítulos.

En la actualidad, hay páginas *web* dedicadas exclusivamente al periodismo de investigación, que pueden albergar enormes cantidades de información. Disponen de espacio casi ilimitado para ofrecer todos los detalles y aportar los documentos que sustentan la investigación periodística.

6/ El periodismo de investigación es ejercido por periodistas experimentados. Este tipo de periodismo, por su naturaleza, debe ser realizado por profesionales cualificados y a poder ser avezados. Son periodistas que conocen muy a fondo el oficio y si bien es posible que un recién llegado pueda tener la fortuna de encontrarse ante una información muy valiosa, es necesario saber interpretarla, analizarla, estructurarla y comunicarla y eso, lo suele proporcionar la experiencia y el bagaje profesional.

7/ El periodismo de investigación utiliza una metodología de trabajo propia. Necesita emplear recursos que no están al alcance de todos los periodistas. El tipo de trabajo que se realiza es singular y va más allá del rutinario de una redacción periodística. Tanto desde el punto de vista técnico como personal, el periodismo de investigación tiene que estar dotado de los más notables recursos. Son numerosas las herramientas y métodos diferenciados de los que debe disponer. “Utiliza todo tipo de anuarios, informes, referencias, archivos. Todo para conseguir las claves de una buena investigación” (Secanella, 1986: 85).

Con la llegada de las nuevas tecnologías al periodismo, es habitual observar qué el periodismo de investigación recurre al llamado periodismo de precisión o de datos. “Utiliza los ordenadores para examinar las bases de datos y descubrir nuevas asociaciones o correlaciones estadísticas en listados socio-administrativos y de cruce de datos informativos en todo tipo de documentos informatizados” (Flores y Cebrián 2012: 219). El periodismo de investigación utiliza esos datos y estadísticas como piezas fundamentales. Gracias a ellos, muchas veces puede completar el complicado puzzle que tiene ante su mesa.

8/ El periodismo de investigación no persigue la actualidad, sino que la genera. Al ser trabajos que requieren un tiempo indefinido para su ejecución, no tienen porque estar sujetos a los criterios de actualidad. Lo normal es que los reportajes de investigación sean los generadores de la actualidad. La publicación de una información relevante, desconocida y oculta conlleva, frecuentemente, que el resto de los medios se haga eco de ella.

Eso no es óbice para que, tras un suceso de actualidad, un medio de comunicación pueda elaborar un reportaje de investigación. Si dispone del tiempo y los medios suficientes, podría analizar el hecho, explicarlo y extraer las consecuencias necesarias hasta completar un trabajo de investigación.

A veces, se hace coincidir la publicación del trabajo de investigación, con un hecho o efeméride que tenga relación para vincularlo a la corriente informativa. Imaginemos que es el día de las Fuerzas Armadas y hemos elaborado una investigación sobre el funcionamiento irregular del Ejército; pues se puede anticipar una investigación periodística sobre ese tema para hacerlo coincidir con el evento y que tenga más impacto y repercusión. Es un ejercicio de oportunismo periodístico.

9/ El periodismo de investigación utiliza fuentes no oficiales. Se suelen emplear fuentes propias y para ello el punto de partida para cualquier investigador es una amplia y extensa red de fuentes, al margen de los cauces normales de la información (Caminos, 1997: 24).

A diferencia del periodismo rutinario que se basa en notas de prensa o declaraciones institucionales, sus informadores son contactos personales, confidentes, policías o infiltrados que les proporcionan una información valiosa, que deben de contrastar al máximo. Se dice, genéricamente, que cualquier información debe estar confirmada por al menos tres fuentes antes de ser publicada –una especie de dogma de fe que proviene del caso *Watergate*¹⁰–. Sin embargo, según el medio encontraremos diferentes versiones¹¹.

¹⁰ El caso *Watergate*, que desembocó en la dimisión del presidente norteamericano, Richard Nixon es el emblema del periodismo de investigación. Lo lideraron dos periodistas del *Washington Post*, Carl Bernstein y Bob Woodward, que publicaron, en 1973, la información que demostraba que miembros del partido Republicano espiaban telefónicamente al partido Demócrata con la autorización del presidente de los EE. UU.

¹¹ El libro de estilo de *El País* (2014: 28) dice que aquellos casos de cierta trascendencia o especialmente delicados han de ser contrastados por al menos dos fuentes, independientes entre sí. *La Vanguardia* (2004: 42), por su parte, exige que en estos casos conflictivos la información ha de ser contrastada y verificada con todas las partes implicadas.

La consigna de las tres fuentes es el ideal periodístico pero no siempre es posible cumplir esa máxima. Cuantas más fuentes mejor, pero pongamos por caso que un funcionario del Ministerio de Hacienda nos enseña la declaración de la renta del investigado y comprobamos fehacientemente que es auténtica, el resto de las fuentes pueden corroborar esa información, pero siempre serán menos fiables que la original.

Para el periodista de investigación Manuel Cerdán la regla de las tres fuentes no es realista. Es más propia del cine o las novelas. Asegura que conoce cientos de reportajes “en los que la tercera fuente está igual de contaminada que la primera porque las tres han bebido del mismo origen. Lo importante es la credibilidad de la fuente, y las garantías que te dan esas fuentes” (Cerdán, 2015)¹². No es tan importante el número y sí la fiabilidad de esa fuente. Cerdán apela a la experiencia del periodista, a su bagaje profesional, para saber discernir quién le está dando esa información y para qué se la está dando.

10/ El periodismo de investigación es caro. Es la clase de periodismo informativo más costoso y más arriesgado que puede haber. Normalmente, es necesario contratar a un equipo de periodistas especializados que estén liberados de otras tareas diarias. Suelen tener sueldos un poco más elevados, ya que son trabajadores cualificados y con más experiencia. Sobre este tema José María Irujo, uno de los periodistas de investigación más importantes de España, comenta que cuando trabajaba en *Diario 16* estaba exento de otras tareas, y que siempre había cierto recelo profesional de los propios compañeros porque “te veían como la figura del periódico, que ganabas bastante dinero, publicabas poco, viajabas mucho, despachabas sólo con el director, tus historias venían en primera, y esto también generaba una cierta envidia profesional” (Díaz Güell, 2003: 272).

Un periódico, una televisión o una radio, pueden invertir en un equipo de periodistas de investigación. Se les concede tiempo y dinero, y el resultado no siempre tiene porque ser satisfactorio. Puede ocurrir que lo que se va a denunciar no esté suficientemente probado y contrastado, o que en una determinada investigación, no se hayan obtenido las pruebas necesarias. En esos casos, el trabajo puede quedarse en un cajón con lo que eso conlleva económicamente.

¹² Entrevista que se adjunta completa en el anexo 13.1.4.

Conviene señalar que los réditos de este tipo de trabajos no siempre se valoran en términos de rentabilidad económica. La empresa los puede calificar como resultados intangibles. Es decir, aquello tan poco apreciado, a veces, como el prestigio o la reputación que pueda proporcionarle al medio de comunicación la calidad o repercusiones del reportaje. La llamada reputación de marca estudiada por Justo Villafañe y que define como “la identificación racional y emocional de un consumidor con una marca cuando reconoce en ésta los valores funcionales, sociales y de autoexpresión de su personalidad que le proporciona una experiencia positiva en su relación con ella” (2004: 46).

11/ El periodismo de investigación trata temas de relevancia social y que afectan a la sociedad. El periodismo de investigación se ocupa de temas de muy diversa trascendencia y que incumben a una mayoría de ciudadanos. Pueden ser asuntos políticos, económicos, sociales o deportivos. La premisa fundamental es que haya una voluntad de investigar a fondo para conseguir revelar datos o informaciones importantes.

El tema que se trata tiene que estar en concordancia con el tiempo que se va a necesitar para desarrollarlo. No se pueden emplear dos meses para abordar un tema que pudiera ofrecerse en un informativo diario. En todo caso, el periodismo de investigación, hoy por hoy, no es sólo aplicable a casos de gran trascendencia pública. El abanico de temas y de posibilidades se ha ampliado y cualquier asunto denunciante que afecte a la colectividad y esté tratado con profundidad y rigurosidad puede clasificarse como periodismo de investigación. El catedrático José María Peredo califica de farisaica la pretensión de considerar como de investigación sólo aquellos temas relacionados con las instituciones del Estado:

En efecto, vincular los temas sospechosos solamente con la vida pública y política es una actitud casi esquizofrénica y desde luego farisaica, que parece querer olvidar que la prostitución, el tráfico de drogas o los fraudes financieros afectan a personas y son obviamente objeto de una intervención judicial en todas las ocasiones. En consecuencia los periodistas tienen obligación de investigar esas y otras muchas temáticas, más en nuestros días, cuando las dimensiones de las mafias, el propio volumen de dinero que se pone en circulación y del número de personas que se pueden ver implicadas por comportamientos censurables, vengan de quien vengan, pueden generar consecuencias generales de grandes dimensiones (2003: 177).

12/ En el periodismo de investigación no tiene cabida el error. Los profesionales escogidos para desarrollar este tipo de periodismo tienen la experiencia y el bagaje suficiente como para que toda la información que se ofrezca esté debidamente cotejada. La dedicación y el dinero empleado sirven para que todo esté completamente verificado y nada pueda ser rectificado o replicado. Antes de la publicación o emisión de un reportaje de investigación ha de estar todo atado y bien atado. Al ser trabajos que están al límite de la legalidad, en los que muchas veces entran en confrontación derechos fundamentales como el de la información y el del honor, la intimidad y la propia imagen, es imprescindible que todo esté contrastado. De hecho, judicialmente, en algunos países como Argentina hay sentencias¹³ que penan con más rigor aquellos errores cometidos por el periodismo de investigación, por estimar que estamos ante un tipo de periodismo que se caracteriza por su precisión.

Para completar los rasgos que identifican al periodismo de investigación añadiremos los diez principios que, según José Manuel de Pablos, debe cumplir: "exclusivo, seriado, detallado, auténtico, certero, incontestable, peligroso, con repercusiones, intemporal y documentado" (2001: 71).

3.4. El perfil del periodista de investigación

Si estamos persuadidos de que la investigación periodística es una especialización necesaria dentro de las redacciones, también habrá que reconocer que quienes la ejerzan deberán tener unas cualidades diferentes o simplemente unas aptitudes más acusadas.

Para poder configurar un perfil, más o menos aproximado, de lo que es el periodista de investigación, debemos diferenciarlo del resto. Y con esto no queremos decir que el periodista de investigación sea especial, un superdotado capaz de

¹³ El doctor Eduardo Julio Pettigiani distingue las "informaciones que resultan espontáneamente de hechos impactantes" y aquellas que "proviene de lo que se da en llamar periodismo de investigación", para afirmar que "la responsabilidad emergente en uno y otro caso debe analizarse de distinta manera, máxime cuando la percepción del público es distinta tratándose de una información que por sus características intrínsecas presenta un mayor margen de error respecto de otra que se intuye y presenta como más dotada de precisión, siendo también en razón de su naturaleza y complejidad, habitualmente mucho más fácilmente rectificable la primera que la segunda" (Sortino, 1999).

conseguir lo que los demás no alcanzan. Simplemente, insistimos, en que la inmensa mayoría de los periodistas trabajan ocho, diez, doce horas para elaborar varias noticias diarias, y que, por lo tanto, no tienen margen para investigar. La diferencia fundamental, entre un periodista de actualidad y otro de investigación, es el tiempo del que disponen para elaborar su trabajo. Esto hace, que mientras el primero transmite una noticia, el segundo la analiza, la pondera y profundiza sobre ella. El redactor del día a día debe nutrirse de todas aquellas fuentes que están a la vista, mientras que el investigador puede consultar en los más recónditos lugares.

Teniendo en cuenta que el factor tiempo es lo que diferencia básicamente el trabajo de unos y de otros, también hay que reseñar algunas de las cualidades que debe tener un buen periodista de investigación. José María Caminos señala catorce, aunque muchas de ellas son aplicables a cualquier periodista: “Curiosidad, espíritu crítico, precisión y exactitud, astucia y tenacidad, atrevimiento, prudencia, iniciativa individual, agresividad, capacidad organizativa, interés por la información, integridad, discreción, credibilidad y pasión por escribir” (1997: 31).

Analizaremos una por una las aptitudes que destaca Caminos:

A/ Curiosidad. Faceta inherente a la profesión y que desde luego debe tener y también saber dosificar un buen periodista de investigación. No hay que confundir la curiosidad con la indiscreción. Más que curioso el periodista de investigación deber ser muy observador; tener esa capacidad de ir más allá de la mera visión de lo que ocurre y examinar atentamente todos aquellos detalles que se pueden escapar a primera vista.

B/ Espíritu crítico. La vorágine laboral hace que algunos profesionales de la información asimilen las noticias de forma muy mecánica y las desarrollen cual autómatas. Sin embargo, el periodista y más el investigador debe analizar con un espíritu crítico todo lo que se publica y tiene que tener muy agudizada la capacidad de dudar. La frase del reportero irlandés Claud Cockburn¹⁴, “Nunca te creas nada hasta que lo nieguen oficialmente” sirve de ejemplo para entender a qué nos referimos.

¹⁴ Claud Cockburn (1904-1981). Periodista nacido en China, hijo del cónsul británico en aquel país, que desarrolló toda su carrera en las Islas Británicas. Trabajó en *The Times* y en el *Daily Worker*, periódico de tendencia comunista, para el que cubrió como corresponsal la guerra civil española.

Otro célebre periodista, Ryszard Kapuscinski¹⁵, advierte de la tentación de caer en el cinismo. “Es necesario diferenciar: una cosa es ser escépticos, realistas, prudentes [...] Algo muy distinto es ser cínicos, una actitud incompatible con la actividad periodística” (2002: 53). Es importante liberarse de los dogmatismos y las verdades absolutas. Una mentalidad abierta favorece el espíritu crítico y es un buen punto de partida para cualquier investigación.

C/ Precisión y exactitud. El periodista de investigación debe ser metódico y ordenado para no errar. Los márgenes de tiempo con los que trabaja le obligan a ser riguroso y a no cometer fallos. Un número que baila o un nombre que no cuadra pueden dar al traste con una investigación. Debe conocer y manejar las nuevas técnicas del periodismo de precisión. Sus herramientas le tienen que servir para ser milimétrico en la obtención y difusión de los datos.

D/ Astucia y tenacidad. La investigación periodística suscita situaciones delicadas en las que hay que saber emplearse con picardía. En ocasiones hay que sonsacar a alguien o tener la suficiente habilidad como para no caer en las trampas que surgen en una investigación. Hay que ser tenaz porque en cualquier indagación surgen complicaciones y muchos obstáculos que hay que ir sorteando. Siempre hay alguien que pone trabas, pero el periodista de investigación tiene que ser perseverante. En la tarea diaria de un redactor de noticias es posible que un mínimo revés le haga desistir en su intento por conseguir información, pero el periodista de investigación no tiene excusa para rendirse.

E/ Atrevimiento. Ser lo suficientemente decidido como para acudir a aquellos lugares donde no se es bien recibido como periodista. Sitios al margen de los conductos oficiales en los que, incluso, se pone en riesgo la seguridad. A veces, las mejores investigaciones son consecuencia de haber sido incisivo y atrevido. No hay que confundir atrevimiento con osadía.

F/ Prudencia. La prudencia es una cualidad que te la proporciona la experiencia profesional. El periodista de investigación tiene que ser lo suficientemente prudente como para no poner en peligro ni su integridad física, ni la de aquellos de la que depende su información. Además, esa sensatez hay que

¹⁵ Ryszard Kapuscinski (1932-2007). Nacido en Pinsk (Polonia) fue periodista, escritor y profesor universitario. Es bien conocido por su faceta como reportero y enviado especial. Fue uno de los corresponsales que mejor describió cómo era la vida en otros continentes como África o Asia. Recibió el premio Príncipe de Asturias de Comunicación 2003.

aplicarla en la forma y modo de temporizar esa información privilegiada que ha conseguido.

G/ Iniciativa individual. Al tener cierta autonomía y horarios poco definidos, el periodista de investigación marca su agenda y sus tiempos. No debe esperar a que le lleguen las noticias o que su jefe le mande a cubrir una rueda de prensa. De su capacidad para poner en marcha nuevas investigaciones, depende que surjan reportajes interesantes.

H/ Agresividad. José María Caminos se refiere a la rebeldía propia del periodista, que no se conforma con la primera versión y tiene el suficiente empuje como para buscar la verdad allá donde crea que se encuentra. No debe ser complaciente y sí incisivo. La infiltración, una técnica usada por algunos periodistas de investigación, es el ejemplo más ilustrativo de esa agresividad bien entendida que menciona Caminos.

I/ Capacidad organizativa. Al trabajar al margen de los horarios que dicta la actualidad, el periodista de investigación se debe organizar de manera más independiente y por eso, es fundamental que sea metódico, tenga disciplina y orden para sacar adelante la investigación. Si el trabajo es en equipo, tendrá que saber organizar las tareas de los miembros y los tiempos asignados a cada uno de ellos. Además, deberá tener una buena visión de conjunto para ordenar e interpretar la multitud de piezas que conforman el puzle definitivo.

J/ Interés por la información. Un periodista de investigación debe seguir muy de cerca la actualidad, ya que cualquier información, por insustancial que parezca, le puede servir de dato relevante para su trabajo. Emplear parte de su tiempo en leer los periódicos impresos y digitales, escuchar la radio y seguir los informativos de televisión tiene que ser una tarea obligada. Pero no de cualquier forma, sino intuyendo qué puede haber detrás de cada noticia. El caso del periodista Jesús Álvarez, que publicó el reportaje “La mafia de la construcción” para el diario ABC (Álvarez, 9-2-1992), puede servirnos de ejemplo para observar cómo de una información aparentemente sin importancia puede surgir un reportaje de investigación. Gracias a que siguió con interés una noticia publicada por otro compañero de su periódico, consiguió desenmascarar a los mafiosos sindicalistas que extorsionaban a obreros y a pequeños empresarios. El periodista, al ver en un breve que cinco trabajadores habían sido agredidos por sindicalistas, pidió a su jefe que le liberara de su cometido diario y que le dejara estudiar ese caso. El resultado

fue un reportaje de portada, de tres páginas de extensión, y que tuvo repercusiones posteriores.

K/ Integridad. “La ética debe acompañar al periodista como el zumbido al moscardón”¹⁶. Esa frase de Gabriel García Márquez podría estar grabada en las paredes de todas las redacciones pero, aún más interiorizada, deberían tenerla los periodistas de investigación, cuyos trabajos tienen una trascendencia especial por las consecuencias que se pueden derivar de sus reportajes. Tanto en el fondo, como en la forma, la integridad debe imperar en cualquier trabajo periodístico. La Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) establece unas normas de actuación básicas para todos los periodistas. Las recoge en un código deontológico cuyos principios generales establecen que: “el primer compromiso ético del periodista es el respeto a la verdad. De acuerdo con este deber, el periodista defenderá siempre el principio de la libertad de investigar y de difundir con honestidad la información y la libertad del comentario y la crítica” (FAPE, 2015).

Los periodistas de investigación, por la metodología que emplean, las fuentes que manejan y las repercusiones de sus informaciones deben ser especialmente cuidadosos en el cumplimiento de estos códigos. Hay ejemplos recientes de publicaciones realizadas por individuos disfrazados de periodistas de investigación. El dominical británico de *News of the World*¹⁷ pinchó las líneas telefónicas de políticos, personajes famosos y hasta de miembros de la casa real británica, para publicar supuestas investigaciones sobre sus vidas privadas. El método fue ilegal e inmoral y supuso la condena a dieciocho meses de cárcel de su director y el cierre del tabloide sensacionalista en 2011.

L/ Discreción. Muchas de las informaciones que maneja el periodista de investigación son confidenciales. El material que tiene entre manos es muy sensible y por tanto debe estar en posesión de alguien muy contenido, discreto, y cauto. A veces hay que aplicar esa contención para postergar la publicación de una potencial exclusiva y continuar desarrollando la investigación periodística.

M/ Credibilidad. Es una cualidad que el periodista se gana y merece gracias al buen periodismo ejercido durante años. Las distintas informaciones que haya

¹⁶ Palabras pronunciadas bajo el título “el mejor oficio del mundo” en un discurso ante la 52ª asamblea de la Sociedad Iberoamericana de prensa en Los Ángeles (USA) el 7 de octubre de 1996.

¹⁷ El escándalo de las escuchas ilegales comenzó a intuirse en el año 2005 cuando *News of the World* publicó una información sobre una lesión de rodilla del príncipe Guillermo de Inglaterra.

publicado serán las que le otorgarán la confianza o no del público. El mejor aval para un periodista de investigación son los trabajos que haya realizado. El público se debe fiar de lo que está desvelando. Cualquier trabajo que lleve la firma de alguien que sea creíble tiene un plus de fiabilidad.

N/ Pasión por escribir. Es una característica más propia del medio escrito, ya que cualquier trabajo radiofónico o televisivo, lleva un guión pero no requiere sólo de texto. En todo caso, un buen periodista de investigación debe construir un relato coherente de una manera atractiva y comprensible.

Además de estas cualidades expuestas por Caminos cabría añadir alguna más como la intuición. “El periodista de investigación tiene una intuición ejercitada con la práctica mayor que sus colegas y la observación es una de sus características esenciales” (Díaz Güell, 2003: 447). El llamado olfato, del que tantas veces se ha hablado y que no es más que el fruto de la experiencia.

En su tesis doctoral sobre el periodismo de investigación en España, Luis Díaz Güell, llega a la conclusión de que la mayoría de los periodistas de investigación reconocidos que había a principios del siglo XXI superaban los cuarenta años de edad (2003: 106). Es muy frecuente que los periodistas de investigación sean profesionales con una dilatada carrera. Primero: porque han trabajado en muchas redacciones; el nomadismo es una característica de la profesión, lo que les da un bagaje personal notable. Segundo: porque conocen la metodología y las técnicas de la investigación de tanto haberlas aplicado. Tercero: porque manejan las claves y los tiempos de la información. Cuarto: con los años han hecho numerosos contactos relevantes. Quinto: su reconocido prestigio y credibilidad les otorga que las fuentes se fíen de ellos, a la hora de ofrecerles información.

Otra de las cualidades que debe exhibir el periodista de investigación es el compromiso inquebrantable en la búsqueda de la realidad de los hechos que investiga. Una actitud comprometida y crítica con el afán de contribuir socialmente. Manuel Cerdán, periodista de investigación, dice en su tesis doctoral que “los profesionales que investigan las lacras del poder y se convierten en contrapoder son unos verdaderos ‘perros de presa’ del sistema” (2004: 63).

Con sus revelaciones, los periodistas de investigación ayudan a que los investigados asuman sus responsabilidades y pueden contribuir a la

democratización del país. En esa labor de contrapoder está implícito el compromiso social necesario para ejercer esta actividad.

El periodista de investigación, aparte de sus cualidades, responde habitualmente a un tipo de persona apasionada y entregada a su trabajo. Son individuos que deben estar inmersos, meses, a veces años, en temas escabrosos y complejos que les pueden dar muchos quebraderos de cabeza. Por el tipo de asuntos que se traen entre manos, suelen sufrir amenazas e intimidaciones. “He sido víctima de las trabas, de las barreras, de las amenazas, de las presiones, del hostigamiento, del seguimiento que hemos soportado durante años quienes nos dedicamos al periodismo de investigación” (Cerdán, 2004: 63). Por esta razón, es imprescindible que los periodistas de investigación sean absolutamente independientes e inasequibles al chantaje o la extorsión.

Casi todas las cualidades aquí expuestas deben ser aplicables a todos los periodistas, sin embargo, el periodista de investigación tiene que potenciar estas aptitudes al máximo, si pretende ejercer su trabajo con precisión. El grado de responsabilidad que tiene un periodista de investigación y el de otro informador se mide por la trascendencia de los temas que tratan y cómo los tratan.

3.5. Un trabajo de hombres y en grupos reducidos

Díaz Güell destaca a cuarenta periodistas como los principales representantes de esta especialidad porque “sus trabajos pueden mostrarse como ejemplo de este tipo de periodismo, y porque han dedicado la mayor parte de su actividad periodística a investigar asuntos de enorme trascendencia para la sociedad española” (2003: 105).

Entre los cuarenta elegidos tan sólo hay una mujer, Encarna Pérez¹⁸. Los treinta y nueve restantes son hombres con perfiles similares. Todos desarrollaron la mayor parte de su carrera en la prensa o semanarios, tienen más de cuarenta años, recibieron premios por sus trabajos y muchos de ellos han abandonado el periodismo de investigación a tiempo completo.

¹⁸ En 1993 publicó el libro *Los cómplices de Mario Conde* que investigaba la actuación del banquero al frente de Banesto.

Hay, a lo largo de la historia, pocas mujeres que hayan investigado con éxito asuntos periodísticos. La más destacada representante del género femenino y auténtica pionera es Nellie Bly. Esta periodista norteamericana rompió con todos los cánones establecidos y realizó para el periódico *New York World*, a finales del siglo XIX, varios trabajos de periodismo de investigación. En un capítulo posterior hablaremos de su infiltración en un manicomio neoyorkino para relatar los maltratos a los que eran sometidas las internas.

Teniendo en cuenta que en la actualidad hay una paridad, o más bien, supremacía de la mujer en este gremio laboral¹⁹, no se explica su ausencia de esta especialidad. La razón fundamental es que las mujeres, hasta hace pocos años, han estado discriminadas laboralmente. Unas veces no se les daba la responsabilidad que merecían y otras, por su condición de madres, no disponían del tiempo suficiente como para poder ejercer el periodismo de investigación. Hoy en día, cada vez es más habitual que las mujeres periodistas firmen trabajos o que hagan reportajes de investigación.

La gran mayoría de periodistas que selecciona Díaz Güell formaron en algún momento de sus carreras equipos de investigación en periódicos o semanarios. Generalmente eran grupos reducidos de dos, tres o cuatro personas como mucho. Algunos de ellos trabajaron en solitario. Montserrat Quesada destaca el hecho de que “la práctica generalizada del periodismo de investigación se organiza a partir de grupos reducidos de periodistas que ponen en común su trabajo” (1987: 49). Esto puede deberse a la necesidad de complementarse, o simplemente a una forma de repartirse la ingente tarea a desarrollar. En una labor tan delicada, en la que se valoran muchos detalles, es necesaria una compenetración máxima para no entorpecer y dilatar la investigación.

En un trabajo en el que la discreción es básica no conviene que el equipo supere los tres o cuatro miembros; es más, el modelo de organización que más acostumbra a funcionar son las parejas de periodistas. Normalmente, son dúos que se han ido consolidando fruto de la afinidad que hay entre ambos miembros.

Hay varias parejas que son ejemplo de esto que decimos: Carl Bernstein y Bob Woodward (Caso *Watergate*); en España, Manuel Cerdán y Antonio Rubio

¹⁹ Según *El informe de la profesión periodística 2014* elaborado por la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), hay un 52% de mujeres trabajando para empresas periodísticas frente a un 48% de hombres (www.apmadrid.es, 2014).

(Caso Cesid)²⁰; Melchor Miralles y Ricardo Arques (Caso GAL)²¹, o José María Irujo y Jesús Mendoza (Caso Roldán)²².

En la actualidad, muchos de los periodistas investigadores son *free lance*²³. Es la forma más independiente de trabajar, pero el problema surge cuando deben vender la información obtenida a un periódico, una radio o una televisión. Estos medios, obviamente, pueden hacer sus objeciones y correcciones o, simplemente, desestimar el trabajo. Hoy en día, gracias a internet, muchos de esos trabajos acaban saliendo a la luz, pero en la mayoría de las ocasiones no tienen la repercusión que esperan sus autores.

Eduardo F. Rodríguez señala que a partir del año 2005, proliferan los *free lance* que hacen periodismo de investigación en España. Hace una extensa lista de informadores que decidieron desligarse del férreo control de sus medios de comunicación y comenzaron a trabajar por su cuenta. Por ejemplo, Pascual Serrano, que escribió en 2010 un libro²⁴ sobre el enfrentamiento entre los medios de comunicación españoles y que “propone un análisis en paralelo a todo el espectro ideológico de nuestros medios: desde la COPE (Cadena de Ondas Populares Españolas) hasta el diario *Público*” (2012: 278).

Según menciona Pascual Serrano en la introducción del libro, la editorial Península –perteneciente al grupo Planeta– destinataria inicial del texto, declinó a última hora publicarlo “por tratarse de un libro incómodo” para los dirigentes del grupo empresarial. Finalmente logró salir a la luz gracias a la editorial FOCA.

La merma cada vez mayor en su independencia hace que muchos periodistas decidan apostar por unos principios periodísticos que parecen estar desapareciendo en el periodismo corporativo y además “trabajen con el objetivo de encontrar a una audiencia que puede demandar una información de calidad superior” (Rodríguez, 2012: 270).

²⁰ El diario *El Mundo* publicó, entre 1994 y 1997, los “papeles del CESID” en los que se informaba de las actuaciones ilícitas de los servicios de espionaje españoles: utilización indebida de fondos reservados, escuchas telefónicas al Rey, empresarios y políticos, secuestro de mendigos etc.

²¹ Primero en el periódico *Deia* y después en *Diario 16*, Arques y Miralles desvelaron la llamada “guerra sucia” contra ETA financiada por el Ministerio del Interior español entre 1983 y 1987.

²² Estos dos periodistas iniciaron en 1993 en las páginas de *Diario 16* una investigación que llevaría a la cárcel al Director General de la Guardia Civil, Luis Roldán.

²³ Según el Diccionario de la RAE: “Dicho de una persona que realiza por su cuenta trabajos periodísticos escritos o gráficos y los ofrece en venta a los medios de comunicación”.

²⁴ *Traficantes de información: la historia oculta de los grupos de comunicación españoles*.

En el momento de realizar esta tesis es interesante constatar que grupos de periodistas de investigación están asociándose para la consecución de sus objetivos. El caso más representativo es el Consorcio Internacional de Periodistas de Investigación (ICIJ). Está formado por 185 periodistas de sesenta y cinco países que colaboran para poder sacar a la luz todo tipo de informaciones, entre ellas, aquellas que atañen a los grupos más influyentes y poderosos. En Febrero de 2015 coordinaron, junto al periódico *Le Monde*, la publicación de la “Lista Falciani”, que desvelaba los nombres de 2.600 personas que tenían cuentas en el banco suizo *HSBC*.

3.6. La prensa, su medio natural

El periodismo de investigación se ha publicado tradicionalmente en los periódicos, revistas y libros. De hecho, es en la prensa donde tiene una trayectoria más dilatada. Es lógico que así haya sido, primero por ser el medio de comunicación más longevo y después por ser el soporte que más espacio y tiempo ha podido dedicarle a este tipo de trabajos.

El periodismo de investigación tiene, como ya se ha dicho, una serie de características que lo hacen particularmente difícil de ejercer, y según en el medio de comunicación en el que se vaya a publicar este trabajo, el modo y proceso de investigación puede cambiar drásticamente. Por eso es muy importante “el conocimiento del canal que se va a utilizar para la difusión de la investigación, ya que influye sobre el lenguaje que se utilizará en el momento de la redacción, la estructura narrativa que se va a emplear, la forma de presentación de los datos obtenidos en la investigación etc.” (Caminos, 1997: 127).

La prensa ha sido históricamente el soporte en donde el periodismo de investigación se ha encontrado más a gusto. Es el medio en el que mejor se entiende el contenido, en el que la palabra queda impresa y se puede volver sobre ella. Normalmente una revelación periodística fruto de un dilatado trabajo de investigación, necesita ser explicada concienzudamente para que el lector la entienda. La prensa ofrece “al lector la posibilidad de detenerse en el texto, releerlo, fijarse en los matices, observar las imágenes” (Caminos, 1997: 128).

Sin duda, el medio escrito ha sido el soporte más apropiado para publicar un serial sobre las informaciones que iban surgiendo fruto de la investigación. La

periodicidad diaria facilitaba que las revelaciones pudieran ir consecutivas, y a la vez, que estas generasen nuevos datos esclarecedores. Un mismo periódico puede estar durante años, día tras día, publicando en su portada los resultados de su trabajo de investigación. Esta es, desde luego, una manera muy apropiada para que el lector se entere, pero también es una forma de dosificar la información, que a veces resulta poco ética. Hay una tendencia a serializar las informaciones con fines puramente comerciales. Con la primera entrega, los periódicos lanzan la exclusiva, y el resto de informaciones pueden ser capítulos redundantes, o sin mayor importancia. Lo que se pretende es captar la atención del lector y fidelizarlo al producto.

La mayoría de los profesionales de la información dedicados al periodismo de investigación, en el último cuarto del siglo XX, lo ejercieron en el medio impreso (Díaz Güell, 2003: 452). Salvo raras excepciones, como veremos después, la prensa es el único medio en donde ha habido equipos de investigación dedicados a esta especialización. Periodistas que disponen del tiempo suficiente para indagar y documentarse, capaces; por su experiencia profesional, de garantizar a la empresa que les paga una serie de reportajes que justifiquen su peculiar situación en la redacción.

Díaz Güell añade, como dato a tener en cuenta que, históricamente, la gran mayoría de los periodistas de investigación ha desarrollado su labor en semanarios. Tiene una lógica aplastante. En este tipo de revistas, con una periodicidad más dilatada, se pueden madurar y preparar mejor las informaciones.

Las revistas de tirada semanal, prácticamente han desaparecido, pero han sido, históricamente, las aglutinadoras del periodismo de investigación. En España, algunas como *Cambio 16*, *Tiempo*, *Interviú* o *Época* publicaron en sus portadas grandes investigaciones periodísticas.

Las publicaciones semanales o mensuales cumplen con casi todos los requisitos propios del periodismo de investigación. La periodicidad les permite tener más tiempo para la elaboración de los temas; el espacio está menos limitado para poder explicar los detalles de la investigación y se pueden crear grupos de trabajo dedicados en exclusividad a un tema sin seguir la actualidad diaria.

Algunos de los reportajes que vieron la luz en prensa o en los semanarios tuvieron su continuidad en posteriores libros. Este formato, como es lógico, permite un espacio *ad hoc* para explicar todos los pormenores de las investigaciones, y un

tiempo de elaboración mucho mayor del habitual, pero ha tenido el hándicap o la tentación de contarlas de manera novelada.

La aparición del “Nuevo Periodismo” en EE. UU., con autores como Truman Capote, Tom Wolff o Norman Miller reivindicó una técnica basada en contar la realidad de una manera ficcionada. Desde que Truman Capote escribiera en 1965 *A sangre fría*²⁵ y rompiera las barreras entre ficción y realidad, una sucesión de escritores han recurrido a la dramatización para darle ese estilo literario a sus hallazgos periodísticos.

Eso despertó, y lo sigue haciendo, algún recelo entre los periodistas y los académicos, ya que dejaba mucho margen a la imaginación del autor y esto, lógicamente, chocaba frontalmente con la precisión, verosimilitud y rigurosidad que debe tener todo trabajo de investigación periodística.

Philip Meyer, creador del periodismo de precisión, achacaba a algunos de estos representantes del “Nuevo periodismo” un exceso de creatividad: “Llegaron a añadir detalles por su cuenta con tal de someterse a las presiones de los plazos de entrega” (1993: 29). Entendía Meyer, que estos autores empujaban al periodismo hacia la literatura.

Por su parte, el escritor, Mario Vargas Llosa, opinaba en el diario *El País* que en los casos de Capote, Mailer, Talase o Wolf: “Lo literario llegaba a dominar de tal modo sus trabajos supuestamente periodísticos que estos pasaban a ser más ficción que descripción de hechos reales, que la preeminencia de la forma en lo que escribían llegó a desnaturalizar lo que había en ellos de informativo sobre lo que era creación” (Vargas Llosa, 16-5-2013).

Hay, sin embargo, infinidad de libros en cuyas páginas se desvelan grandes investigaciones periodísticas que no recurren a las técnicas del “Nuevo periodismo” y que sí cumplen con las expectativas requeridas. Díaz Güell señala el texto de Jesús Cacho *Asalto al poder*, publicado en 1988, como el pionero en nuestro país:

Inauguraba un nuevo género periodístico en España: la biografía documentada, investigada y novelada de los personajes que eran noticia

²⁵ *In Cold Blood* narra de manera novelada unos sucesos reales, ocurridos en un pequeño pueblo de Kansas (EE. UU.). Capote relata de manera muy descarnada cómo los cuatro miembros de la familia Clutter son asesinados por dos individuos que pretendían robar en su casa. Los dos asesinos estaban en libertad condicional cuando cometieron los crímenes. Por su parte, la familia Clutter respondía al modelo de familia ejemplar, trabajadora y religiosa.

diaria de periódicos y revistas y de quienes la opinión pública tenía deseos de saber más. Antecedentes de ese *boom* fueron los libros sobre el intento de golpe de Estado de Antonio Tejero, la muerte del Almirante Luis Carrero Blanco a manos de ETA, o la expropiación de *Rumasa* por el Gobierno socialista, apenas tres meses después de llegar al poder (2003: 34).

El actual panorama de la prensa, deficitario, por la irrupción del periodismo *online*, está, por un lado, afectando a la venta de periódicos pero, por otro, agudizando el ingenio de los periodistas que ven que la única forma de competir con la inmediatez que ofrece internet es darle al lector un periodismo más reflexivo, analítico y cuidado. El resultado debería ser una mayor cantidad de investigaciones periodísticas publicadas. Lógicamente, el periódico impreso no pretende ofrecer la rabiosa actualidad y ahora, más que nunca, debe tratar de ser el que genere esa actualidad gracias al resultado de sus investigaciones.

3.7. La responsabilidad y el riesgo de ser “el perro guardián”

Hace casi un siglo, el sociólogo Max Weber, valoraba el importante trabajo que ejercían los periodistas y el escaso reconocimiento que tenían por parte de la sociedad:

Casi nunca se presta la debida atención al hecho de que la responsabilidad del periodista es muy grande; por lo general, el sentido de responsabilidad de un periodista honrado no suele estar por debajo del de un científico; más bien está por encima, como lo ha demostrado la guerra. Sin embargo, sólo retenemos en la memoria los trabajos periodísticos irresponsables, debido a que su efecto suele ser terrible (Weber 1983: 98).

Pocos años después, Walter Lippmann afirmó taxativamente que “el papel de la prensa es el de ser en cierto modo servidor y guardián de las instituciones” (1922: 363). Este periodista e intelectual norteamericano, ganador de dos premios *Pulitzer*²⁶, reflexionó toda su vida sobre el rol que debían desempeñar los periodistas en las sociedades democráticas. Estaba convencido de la importancia capital de su función y de la responsabilidad de ejercerla honestamente y en libertad.

²⁶ Los premios *Pulitzer* fueron creados en 1917, según las disposiciones del testamento del editor estadounidense de origen húngaro Joseph *Pulitzer*. Otorgan galardones por los logros en el periodismo impreso y en línea, la literatura y la composición musical en los Estados Unidos.

Martínez Albertos señala que ideológicamente la concepción de una prensa independiente del poder establecido proviene de los postulados del pensamiento liberal, que defendía la libertad de expresión y la necesidad de una prensa y unos periodistas que no podían estar sometidos al arbitrio del poder, sino que debían ser los que controlaran los excesos de ese poder (1994: 14).

La idea de un periodismo libre, más vigilante y garante de los derechos de los ciudadanos se fue consolidando hasta transformar al periodista en el encargado del control social de las actividades públicas, una especie de *watch-dog* (perro guardián). Algunos periodistas asumieron ese rol de vigilantes y consiguieron ejercer esa tarea fiscalizadora con mucho éxito. “Combinando la búsqueda de voces a las que nadie prestaba atención y el descubrimiento de trampas y engaños, los primeros periodistas consolidaron como uno de sus principios fundamentales la responsabilidad de investigar los rincones oscuros de la sociedad” (Kovach y Rosenstiel, 2003: 157).

Esos “perros guardianes” son la esencia del periodismo de investigación y “en el ejercicio de su corresponsabilidad social, tienen la obligación de investigar y descubrir aquellos hechos que los poderes públicos desean mantener ocultos y que todos los ciudadanos sin excepción tienen derecho a conocer” (Caminos, 1997: 53).

Martínez Albertos sostiene que el papel de “perro guardián” lo llevan a cabo los periodistas de investigación. Si realizan su trabajo, conforme a la responsabilidad social del periodismo, serán de gran utilidad; pero alerta del peligro de quién no sabe ejercerlo: “La tesis del ‘perro guardián’, en efecto, parece ser una idea inicialmente viva y operativa que, dejada crecer incontroladamente y a sus anchas, puede acabar convirtiéndose en una tendencia corrompida y peligrosa para la convivencia social” (1994: 14).

El problema no radica en la labor en sí, teóricamente encomiable, el *quid* de la cuestión está en desempeñarla con la modestia suficiente. “El reportaje de investigación sólo puede hacerse correctamente cuando el periodista se dedica a su trabajo con una gran humildad intelectual, que descarta de entrada el narcisismo exhibicionista y el culto a la personalidad del reportero” (Martínez Albertos, 1994: 24). El “perro guardián” debe tener la suficiente madurez como para saber diferenciar entre lo que son los hechos verificables y sus deseos u opiniones (*ibidem*).

Otro riesgo que se corre cuando se ejerce de “perro guardián” es pensar que se ostenta más influencia de la que se tiene, o intentar alcanzar mayores cotas de dominio público, gracias a la información conseguida, o como consecuencia de ella. “Esa forma de periodismo implica una competencia activa entre medios y políticos por la conducción de la opinión pública. El ejercicio activo del cuarto poder” (Muraro, 1997: 16).

El término “cuarto poder” para definir a la prensa se le atribuye al político Edmund Burke, que a finales del siglo XVIII, desde la tribuna de oradores del parlamento británico, se dirigió a los periodistas diciéndoles que eran el “cuarto poder”. El término tiene una acepción positiva, si entendemos que ya desde entonces la prensa actuaba como contrapoder de los que mandaban. Los medios se convertían en defensores de las libertades sociales, dando voz a los que no la tenían (Galán-Gamero, 2014: 156). Y tiene una acepción negativa si quién ostenta ese “cuarto poder”, más que vigilar a quién gobierna, lo que pretende es influir o ejercer una presión interesada sobre los poderes establecidos.

Jiménez de Parga diferencia entre que la prensa se comporte como un “regulador” o como un “regidor”. Es decir, que la prensa pueda “regular” el funcionamiento de los poderes públicos mediante la descripción y análisis de los hechos, o que la prensa pueda “regir” en el sentido de mandar o gobernar (citado por Martínez Albertos en, 1994: 19).

La función de vigilancia y control de los medios ha pasado por altibajos a lo largo de la historia, pero casi siempre han sido los periodistas de investigación los “reguladores” y adalides de la prensa comprometida. Han desarrollado una tarea vital como “perros guardianes” en las sociedades democráticas sirviendo de freno, en muchas ocasiones, a los poderes fácticos. En los años sesenta y setenta, los periodistas de EE. UU. demostraron, con múltiples ejemplos, hasta qué punto era necesario el periodismo de investigación.

Edmund. B Lambeth recopila una serie de casos emblemáticos que ponen de relieve la implicación de la prensa de entonces. Louis Kohlmeier, del *Wall Street Journal*, ganó el *Pulitzer* en 1964 por revelar que el presidente Lyndon Johnson y su mujer habían amasado una fortuna gracias a su negocio televisivo. La revista *Life* contribuyó a forzar la renuncia de un juez de la Corte Suprema por estar relacionado con la familia de un financiero, que posteriormente fue encarcelado (Lambeth, 1992: 129-130).

El caso *Watergate*, en 1972, fue el impulso definitivo para el periodismo de investigación y contribuyó a su generalización. Un periódico (*Washington Post*) capaz de poner en jaque al hombre más poderoso del planeta (Richard Nixon) era el ejemplo más evidente del poder de la prensa. Esto que podía haber servido de ejemplo, produjo en algunos la tentación de querer “regir”, en lugar de “regular”. Es, en ese punto donde se producen las perversiones de la práctica del periodismo de investigación.

Juan Luis Cebrián, ex director de el diario *El País*, admira el periodismo que hizo posible el caso *Watergate*, pero pretende desmitificarlo y, sobre todo, alertar de las reacciones equivocadas de algunos directores que han pretendido gobernar desde las páginas de los periódicos “ejerciendo toda clase de presiones, manipulaciones y aún chantajes sobre las distintas instancias sociales, a fin de que se comporten con arreglo a las manías o a los intereses de quienes dirigen los diarios” (2009: 29).

La periodista y escritora Ofa Bezunartea habla de un tipo de periodismo militante, antagonista, cínico, que se mueve por intereses comerciales y que se basa en un derecho abstracto como la libertad de información para intentar derrocar gobiernos. Advierte de que “este mal llamado periodismo de investigación constituye una más de las desviaciones del periodismo actual” (1998: 34).

Son bastantes los detractores de este tipo de periodismo de investigación interesado y partidista, y numerosas las críticas que se hacen sobre las personas que lo elaboran. Reniegan de este tipo de periodismo porque entienden que los periodistas no deben ser jueces, ni investigadores. Su tarea no debe consistir en poner o quitar políticos, sino informar sobre la tarea que realizan.

Es también generalizada la crítica a aquellos medios de comunicación que utilizan el resultado de este periodismo de investigación como arma de confrontación, a veces como moneda de cambio o chantaje. Es muy importante tener presente que los motivos que originan una investigación periodística nunca deben ser partidistas o interesados, y sí deben responder al interés general y a la preocupación de la gente.

Algunas veces el periodismo de investigación está a merced de los interesados. “Los famosos casos de periodismo de investigación son, en realidad, filtraciones o simples venganzas, delaciones, en definitiva, informaciones de una

sola fuente, siempre interesada, en beneficio propio o perjuicio ajeno” (Bezunartea, 1998: 33).

La función de vigilancia y control requiere de periodistas especiales, con temperamento y carácter. “Además exige un compromiso serio con las fuentes, el deseo de ocuparse de asuntos de importancia y de una prensa independiente de cualquier interés que no sea el del consumidor final de la noticia” (Kovach y Rosenstiel, 2003: 178).

La mala práctica del periodismo de investigación puede traer consecuencias muy negativas. Las personas que ejercen esta tarea tienen una responsabilidad ante los ciudadanos, ya que se comprometen a ejercer una función que implica una gran conciencia social. Es vital que el periodista de investigación tenga muy presente el respeto a los códigos deontológicos o normas de actuación del medio donde trabaja²⁷. El periodismo de investigación debe tener constancia de la sensible labor que desempeña y, por tanto, le es exigible una deontología periodística mayor, si cabe, que al resto de los profesionales. No todo vale con tal de conseguir un hallazgo y no todo lo que se sabe se puede contar. Hay límites éticos en el desempeño de este trabajo que deberían estar bien definidos.

El periodista ha de atenerse a unas reglas, unos principios que ha de cumplir para honrar su profesión. Kovach y Rosenstiel (2003: 17-18) realizaron durante tres años un sistemático y exhaustivo estudio con más de tres mil ciudadanos, trescientos profesionales y cien periodistas a los que sometieron a cuestionarios y exámenes con el objetivo de poder determinar cómo ha de ser el periodismo. El resultado de este estudio se resume en nueve puntos o normas.

1. La primera obligación del periodismo es la verdad
2. Debe lealtad ante todo a los ciudadanos
3. Su esencia es la disciplina de verificación
4. Debe mantener su independencia con respecto a aquellos de quienes informa

²⁷ La (FAPE) Federación de Asociación de Periodistas Españoles tiene un código deontológico que establece que los periodistas, integrados en la Federación de Asociaciones de la Prensa de España, se comprometen con la sociedad a mantener en el ejercicio de su profesión los principios éticos y deontológicos que le son propios.

5. Debe ejercer un control independiente del poder
6. Debe ofrecer un foro público para la crítica y el comentario
7. Debe esforzarse por que el significativo sea sugerente y relevante
8. Las noticias deben ser exhaustivas y proporcionadas
9. Debe respetar la conciencia individual de sus profesionales

En ese mismo estudio nueve de cada diez periodistas creían que la prensa evita que los líderes políticos hagan cosas que no deben hacer. Cuando se les preguntó qué era lo que distinguía a su profesión de otros tipos de comunicación, el control y la vigilancia al poder fue la segunda respuesta más mencionada, tras la información al ciudadano (2003: 157).

En el siglo XXI la prensa debe ejercer su vigilancia sobre los gobiernos, pero más si cabe sobre el mundo empresarial. Galán-Gamero afirma que hoy en día los medios de comunicación no pretenden gobernar, sino que son entramados empresariales que lo que buscan es ser cada vez más ricos y situarse en una posición dominante, de control: “El periodismo ha dejado de ejercer de ‘cuarto poder’, en cuanto defensor de los intereses sociales [...] y se ha convertido en un sistema donde prima la obtención de beneficios por encima del cumplimiento del bien social” (2014: 150).

4. ORÍGENES Y EVOLUCIÓN DEL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN LA PRENSA

El ejercicio del periodismo y por extensión del periodismo de investigación es absolutamente dependiente de la situación política que vive un país. En España, hasta bien entrada la democracia, apenas hubo publicaciones que se pudieran ajustar al llamado periodismo de investigación. Primordialmente porque desde el final de la Guerra civil española (1939) hasta la muerte del General Franco (1975) la dictadura franquista ejerció una férrea censura que impedía informar de algo que se saliera de los cauces oficiales. A través de los dos medios del régimen, RTVE (Radio Televisión Española) y RNE (Radio Nacional de España) el gobierno de Franco controlaba la información que se ofrecía a los españoles.

Como ya hemos señalado, dos de las premisas fundamentales para que se pueda dar este tipo de periodismo son la independencia y la libertad de expresión. Estas condiciones se dieron en Estados Unidos entre finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Es en ese momento en el que se dan a conocer los primeros trabajos denominados como de investigación.

La situación sociopolítica que imperaba en Estados Unidos facilitaba, en términos generales, que la prensa pudiera ser libre para publicar cuanto fuera necesario sin permiso del gobierno y sin apenas restricciones de ningún tipo. Existía una legislación muy favorable a la libertad de información. La Primera Enmienda de la Constitución Norteamericana dice que “el Congreso no hará leyes referentes a la religión o prohibiendo el libre ejercicio de la misma o restringiendo la libertad de palabra o de prensa o el derecho del pueblo a reunirse pacíficamente o hacer peticiones al Gobierno en materia de justicia”²⁸.

Gracias a la Primera Enmienda, que permite a los medios ofrecer información sin control del gobierno, los ciudadanos americanos han podido conocer muchos de los escándalos políticos que jalonan su historia.

²⁸ Fue adoptada el 15 de diciembre de 1791 y es la primera de las diez enmiendas a la Constitución de los EE. UU. de 1787.

4.1. EE. UU., cuna del periodismo de investigación

En este breve recorrido histórico, por los orígenes del periodismo de investigación, convendría empezar hablando de los *muckrakers* (buscadores de basura), como los denominó despectivamente el presidente Roosevelt en 1906: “unos periodistas que centraron su actividad profesional en la denuncia pública de la corrupción política e institucional” (Caminos, 1997: 73).

Estos profesionales propugnaron la reforma de las administraciones locales, estatales y federales, eso sí, cayendo algunas veces en el sensacionalismo (Kovach y Rosenstiel, 2003: 159).

Su actividad periodística surgió como respuesta a los excesos cometidos por los representantes políticos y las clases más altas de la sociedad. Querían poner de manifiesto el nivel de degradación al que había llegado el sistema norteamericano. “Eran una banda de escritores que expusieron públicamente la corrupción del gobierno, de las grandes empresas y la compararon con las míseras condiciones de vida de la población” (Secanella, 1986: 51).

La mayoría de las fuentes bibliográficas consultadas (Secanella, 1986; Quesada, 1987; Caminos, 1997; Kovach y Rosenstiel, 2003; Chicote, 2006; López y Fernández, 2013) coinciden en señalar que esta práctica periodística se extendió durante la primera década del siglo XX y que dejó una gran huella porque por primera vez “una corriente de profesionales de la información comienzan a cuestionarse la versión oficial” y además “logran institucionalizar el periodismo de investigación como un método de trabajo que tiene continuidad en el tiempo y que cobra entidad en la profesión” (Chicote, 2006: 26).

Lincoln Steffens y Upton Sinclair son los dos principales representantes de los *muckrakers*. Sinclair escribió la novela *The Jungle* (La jungla) en 1906. El libro es un trabajo de ficción basado en la experiencia del autor en una industria cárnica de Chicago. El personaje principal es un inmigrante lituano que sufre la explotación laboral y las durísimas condiciones del proletariado en aquellos años. La obra resume el sentir de la mayoría de los extranjeros que llegaban a las grandes ciudades. Iban en busca de una vida mejor y se encontraban la decadencia moral de las instituciones y de la sociedad norteamericana.

The Jungle tuvo mucha repercusión social y política, hasta el punto de que hay autores que le atribuyen parte de la culpa de que el Congreso de los Estados Unidos aprobara ese mismo año el *Pure Food and Drug Act*²⁹ (López y Fernández, 2013: 34).

La mayoría de los trabajos de los *muckrakers* se publicaron en libros y algunos otros en semanarios tan populares como *Cosmopolitan* o *Everybody's Magazines*. Tuvieron una incesante e intensa actividad periodística que logró soliviantar a las autoridades políticas y económicas del país. Eso derivó en presiones hacia los medios que apoyaban este periodismo de investigación y la consiguiente desaparición de los *muckrakers*.

Durante las dos guerras mundiales (1914-1918) – (1939-1945), y sus consiguientes períodos de posguerra, el periodismo acusó la situación de inestabilidad política, económica y social de la vida norteamericana. Otros autores achacan esa larga “edad oscura” del periodismo comprometido a que el público se había cansado del sensacionalismo y de los excesos cometidos por algunos periódicos (Feldstein citado en Cebrián y Carretero 2014: 1005).

Fue a partir de 1960 cuando comenzaron a proliferar los trabajos de investigación periodística. En 1964 el *Philadelphia Bulletin* descubrió que los agentes de la policía de Filadelfia estaban implicados en la organización de una lotería clandestina, que gestionaban desde la propia comisaria. Este reportaje marcaría una era en el periodismo. Primero, porque comenzaron a sucederse una oleada de denuncias sobre la corrupción policial en las ciudades de EE. UU. y, segundo, y más importante, porque recibió el *Pulitzer* en una nueva categoría dedicada a un tipo particular de periodismo, el periodismo de investigación³⁰. Los ejecutivos que se encargaban de gestionar los *Pulitzer* acababan de instaurar un nuevo premio en sustitución de otra categoría, el reportaje local. “Ahora preferían hacer nuevo hincapié en el papel de denuncia de una prensa militante y reformadora” (Kovach y Rosenstiel, 2003: 153). Este hecho fue determinante para que los periodistas se lanzasen a la carrera de hacer el mejor periodismo de investigación.

²⁹ La ley de pureza de alimentos y medicinas fue promulgada el 30 de junio de 1906, durante el mandato del presidente Theodore Roosevelt, para controlar el buen estado y el correcto etiquetado de los productos.

³⁰ En 1964 aparece la categoría “Local Investigative Specialized Reporting”, que perdura hasta 1984, pues al año siguiente pasa a denominarse “Investigative Reporting” (Cebrián y Carretero, 2014: 1005).

Caminos sitúa en la década de los sesenta el nacimiento de los nuevos *muckrakers*, caracterizados por un trabajo periodístico menos activista y más profesional: “Especializados no sólo en denunciar temas de interés periodístico, sino también en realizar un trabajo en profundidad analizando los hechos, buscando las causas que se encuentran detrás de cada acontecimiento importante” (1997: 74).

Secanella, los define como “más imparciales, más cultos y despliegan mejores técnicas [...] Siguen al pie de la letra la idea de que la prensa en una democracia no está primariamente para beneficiar a los propietarios, sino para defender el sistema democrático” (1986: 55).

Algunos *muckrakers* “llegaron a convertirse en defensores de la ley. Ello les exigía estar en contacto con fuentes policiales, senatoriales, judiciales, y crear alianzas o camarillas con personajes influyentes de cada momento político” (Aladro, 1995: 117). Para Eva Aladro en los años sesenta el *muckraker* era ya un periodista de valor social consolidado. Es importante subrayar el grado de aceptación social que tenían estos periodistas. Jugaban un papel preponderante dentro del entramado democrático, ya que actuaban de vigilantes del buen hacer de las instituciones.

Tanto Secanella, como Caminos, coinciden en señalar a Nicolas Cage, investigador de *The New York Times*, desde 1970, como uno de los principales representantes de esta tendencia. De hecho fue el periodista que denunció las relaciones de Frank Sinatra con la mafia americana.

Otro de los destacados fue Seymour M. Hersh, por ser el autor del libro *My-Lay 4*. El texto relataba los sucesos acaecidos en la localidad de My Lay, en Vietnam del Sur, en los que la aldea fue destruida y todos sus habitantes murieron a manos de las tropas americanas en marzo de 1968. “Su reportaje dio la vuelta al mundo y sentó escuela de buen periodismo” (Secanella, 1986: 57).

Quesada, también lo pone como ejemplo a seguir y dice que “la información sobre esa masacre había quedado deliberadamente oculta a los ojos del pueblo norteamericano, y que la muerte de esos centenares de habitantes de My Lay sólo se dio a conocer a través de los artículos de Seymour Hersh” (1987: 46).

Para Chicote, Seymour Hersh es el principal exponente de estos *new muckrakers* y pone el acento en su tesón, convencimiento y criterio para sobreponerse a las negativas por parte de la mayor parte de la prensa a publicar el reportaje sobre My Lay. En un principio la noticia surgió como un despacho de una pequeña agencia que titulaba: “Teniente acusado de asesinar a 109 civiles”. Más

tarde, treinta y seis periódicos americanos se hicieron eco de la noticia, pero ninguno de los grandes diarios quiso reproducir la polémica información (2006: 34).

Seymour Hersh publicó un libro sobre los sucesos ocurridos en My Lay en el que denunciaba la investigación secreta del gobierno y la ocultación de la matanza. En 1970 ganó el premio *Pulitzer* por este trabajo y fue contratado por *The New York Times*.

También en esos años, David Burnham, publicaba en *The New York Times* sus investigaciones sobre el funcionamiento interno del departamento de policía de Nueva York. Estudiar esa institución le llevó casi dieciocho meses de trabajo, pero cuando finalizó pudo esclarecer hasta qué niveles llegaba la corrupción en ese cuerpo policial.

Fue una época dorada para el periodismo de investigación norteamericano, pero es necesario reseñar que al mismo tiempo que se destaparon grandes corruptelas políticas, también se denunciaron casos de calado humano o social que podían afectar a la sociedad. Dos de los temas que demuestran esa tendencia fueron la denuncia del funcionamiento interno de los hospitales psiquiátricos y las pésimas condiciones de salubridad e higiene existentes en las prisiones estatales (Quesada, 1987: 47).

Ferrán Lalueza asegura que con la aparición de los *muckrakers* “la investigación periodística amplió su campo de visión y pasó a ocuparse de todos aquellos aspectos ilícitos con cuya denuncia podía verse favorecido el interés general, tanto si suponía una violación de la legislación vigente como si no” (2003: 193).

El diario *Newsday* (Nueva York) es el que puso más empeño en este tipo de trabajos. Destaca otro premio *Pulitzer* concedido a este periódico con la publicación el 1 de febrero de 1973 de “*The heroin trail*” (La ruta de la heroína), una serie de treinta y dos capítulos en los que se demostraba la corriente de entrada de heroína en Long Island procedente de Turquía (Secanella, 1986: 67).

El caso *Watergate* en el que dos periodistas Carl Bernstein y Bob Woodward, propiciaron con sus investigaciones la dimisión del presidente Richard Nixon en 1974, es el que acabó de consolidar y prestigiar este tipo de periodismo. El *Watergate* “convirtió al periodista investigador en la figura esplendorosa y heroica del periodismo norteamericano”. Pero aparte de entronizar la imagen de un tipo de periodismo, lo “más destacado que aportó el *Watergate* fue el definitivo

reforzamiento del derecho a la libertad de información norteamericana” (Quesada, 1987: 43).

Chicote ensalza la figura de Ben Bradley, director del *Washington Post*, al tener el valor de enfrentarse al gobierno de su país a pesar de las innumerables presiones que tuvo que soportar. Hay que recordar que Richard Nixon fue reelegido por el pueblo norteamericano, mientras el caso *Watergate* estaba siendo investigado. Un duro varapalo para el periódico y aquellos que defendían que las escuchas al partido Demócrata estaban ordenadas por el presidente Nixon. Lógicamente, “sin el respaldo del periódico, el escándalo hubiese quedado en el ostracismo” (2006: 40).

Fue a raíz de la publicación del caso *Watergate* cuando se creó el *Investigative Reporters and Editors* (IRE), una asociación que nació en 1975 para englobar a todos estos periodistas de investigación. Su creador Paul N. Williams tenía la intención de fundar una organización en la que los periodistas investigadores pudiesen intercambiar información sobre los modelos de corrupción y fraude en los que trabajaban diariamente. En definitiva “fomentar este tipo de periodismo y poner en común sus experiencias profesionales” (Quesada, 1987: 48).

El momento más emblemático del IRE se produjo a los pocos años de su nacimiento. En 1977 el periodista Don Bolles, del *Arizona Republic*, fue asesinado mientras investigaba la corrupción generalizada en el Estado de Arizona. La respuesta de la asociación fue mandar a treinta y ocho periodistas a la zona para continuar el trabajo de Bolles. Seis meses después, numerosos medios publicaron una serie de reportajes que informaban sobre las actividades ilegales –desde fraude o estafa hasta narcotráfico– de los políticos y empresarios que Bolles estaba investigando³¹.

Según James L. Aucoin, era la primera vez en la historia del periodismo que reporteros de diferentes medios de información trabajaban juntos, sin competencia, para producir un reportaje único. “El IRE fue pionero en nuevo concepto del reportaje de investigación: la cooperación directa entre reporteros” (2005: 149).

Esta iniciativa solidaria, que se conoce como “proyecto Arizona” consolidó a la asociación que, hoy en día, tiene entre sus actividades más destacadas, la

³¹ El asesino que puso la bomba en el coche de Bolles fue capturado, pero nunca se pudo probar quien le contrató.

publicación de una revista trimestral llamada *IRE Journal* y la página *web.ww.ire.org*.

4.2. El periodismo de investigación en España

A pesar de la inexistente libertad de prensa y el férreo control por parte del régimen del General Franco, hubo intentos de periodistas valientes por sacar informaciones comprometedoras. No se pueden considerar periodismo de investigación, ya que el hecho de no ser publicadas lo impide, pero mencionamos, al menos una, para ejemplificar la voluntad de algunos profesionales de ejercer el periodismo. Es el caso de el periodista José Martí Sancho, que escribió en el periódico *El Alcázar* y posteriormente para el diario *Pueblo*.

José Martí descubrió que Francisco Franco disponía de dos dobles que acudían a actos irrelevantes en los que sólo tenía que darse un baño de masas y saludar al público, o bien a aquellos eventos en los que podría correr algún riesgo. Uno de estos farsantes fue fusilado y al otro de los impostores lo localizó en el psiquiátrico de Santa Isabel (Leganés). El régimen lo había internado allí para evitar que desvelara su verdadero trabajo. José Martí pudo hablar con él y comprobar que su testimonio era real, que había suplantado la identidad de Franco en varias ocasiones. Aquella primicia informativa nunca vio la luz y se pudo convertir en un *boomerang* para el periodista. Según cuenta Fernando Gracia, periodista que ha escrito el libro *Los dos dobles de Franco*, basándose en aquella información, José Martí Sancho murió con cuarenta años de un ataque al corazón, de manera muy repentina. “La extraña muerte de Martí Sancho pudo estar ligada a este trabajo, ya que los dos periodistas que realizaron la investigación fueron amenazados ante la posibilidad de que aquella valiosa información se publicase algún día en Francia, en *Ruedo Ibérico*”³² (APM, 2007: 25).

José Martí Sancho murió en 1965, y así recogía el periódico *ABC* su necrológica: “A última hora de la tarde de ayer fallecía, repentinamente, en su

³² *Ruedo Ibérico* era una publicación realizada por refugiados españoles que habían huido a Francia. Se imprimía allí, pero algunas ediciones lograban llegar clandestinamente a España. Su eslogan “Luchar contra el silencio” dejaba clara su línea editorial. Era sabido que puntualmente llegaba a los ministerios españoles de Información y Turismo y al de Interior.

domicilio [...] a consecuencia de un ataque al corazón el periodista José Martí Sancho, redactor de sucesos del diario *Pueblo*” (www.abc.es, 9-7-1965).

Tras cuarenta años de apagón informativo y con la llegada de la democracia a nuestro país, aparecen los primeros trabajos de corte periodístico. Hasta entonces todo lo informativo fue institucional y servil.

La evolución del periodismo de investigación en la prensa española la dividimos en cinco grandes etapas, atendiendo a la clasificación realizada por Díaz Güell en su tesis. La única diferencia que planteamos es la división en dos partes de la tercera etapa, entre 1991 y 2000. Nosotros, en estos años, diferenciamos dos períodos: 1991-1996 y 1996-2000. Además incluimos otra etapa, la quinta, que va desde 2000 a 2004, años que Güell no alcanza a estudiar.

4.2.1. Primera etapa: (1975-1982)

Luis Díaz Güell establece que la primera etapa del periodismo de investigación español abarca desde la muerte de Franco en 1975 –hasta la victoria del partido socialista en 1982–, momento del fin de la Transición (2003: 450).

A pesar de ser una época caracterizada por el consenso, con la idea generalizada de consolidar la democracia y un pacto general de no agresión, se dan algunos ejemplos de periodismo de investigación. Fundamentalmente centrados en aquellos temas en los que estaban implicados personajes atávicos de la derecha involucionista. En ese campo es donde destacó Xavier Vinader. Este periodista basaba sus investigaciones en la infiltración. Llegó a tener carnet de la organización ultraderechista Fuerza Nueva para poder asistir a sus mítines y así poder informar con todo detalle y desde dentro, de las actuaciones de los radicales. “Estaba especializado en desenmascarar todas las tramas negras de las bandas fascistas que operaron tras la muerte de Franco” (Díaz Güell 2003: 450).

Montserrat Quesada afirma que desde mediados de 1975 comenzaron a publicarse muchos reportajes de investigación firmados. Surgen los primeros artículos, comentarios u opiniones contestatarias. Califica a Vinader como periodista de investigación, incluso antes de la muerte de Franco (1997: 105). Su inquietud sobre los movimientos de la ultraderecha le llevó a ser un auténtico estudioso del tema. En 1979 publicó varios reportajes en la revista *Interviú*, que resultaron ser muy

polémicos y dramáticos. En ellos denunciaba las acciones violentas de grupos paramilitares de ultraderecha en el País Vasco bajo la protección de la Policía y la Guardia Civil. En sus informaciones ofrecía los nombres y las profesiones de los radicales. Tras la publicación de los reportajes fueron asesinadas por ETA dos de las personas a las que señalaba como autores de actos violentos contra los simpatizantes de la banda terrorista. Fue demandado por los familiares de las víctimas, y tras un largo proceso judicial, condenado a siete años de cárcel por imprudencia temeraria en el ejercicio de su profesión. Después de recurrir a todas las instancias posibles ingresó en prisión. A los cuarenta y tres días de estar en la cárcel fue indultado por el gobierno de Felipe González.



(Figura 1: Xavier Vinader entrando en la prisión madrileña de Carabanchel el 8-2-1984. Fuente: TV 3)

En esta época de profunda transformación política, económica y social, en una España convulsa, los periodistas se centraron en investigar o denunciar aquellos aspectos en los que nuestro país tenía un claro déficit democrático con respecto a otras naciones de nuestro entorno. Temas como el divorcio o el aborto, ambos ilegales, fueron abordados con cierta frecuencia. Rafael Gómez Parra, periodista de investigación de aquella época, explica cómo el entonces Ministro de Justicia, Francisco Fernández Ordóñez, “le empujaba a que denunciase la peculiar situación que se daba en España, con miles de mujeres que cada año acudían a abortar al extranjero, porque en su propio país no podían hacerlo” (Díaz Güell, 2003: 63).

Otro de los temas recurrentes en aquel período fueron las denuncias periodísticas de los excesos que cometían los cuerpos policiales y el comportamiento antidemocrático de muchos agentes, todavía anclados en el pasado.

4.2.2. Segunda etapa: (1982-1991)

Según Díaz Güell, la segunda etapa de periodismo de investigación va desde el año 1982 hasta 1991. Unos años, en los que una vez estabilizadas las instituciones, la prensa comienza a ejercer de “perro de presa” para vigilar la actuación del gobierno y los cargos públicos.

Montserrat Quesada le da especial importancia a la creación del primer equipo de investigación en España, cuyo trabajo dio como fruto el libro titulado *Golpe mortal*, editado por *El País*.

La historia del periodismo de investigación cuenta ya en nuestro país con una fecha de referencia que es inevitable comentar. Es el mes de enero de 1984, momento en el que el diario madrileño *El País* decide publicar su primera experiencia formal de investigación periodística. En aquella ocasión el tema elegido fue el atentado atribuido a ETA contra el almirante Carrero Blanco, acaecido en 1973 (1997: 132).

Las personas que hicieron este trabajo formaron a finales de 1983, el primer equipo de investigación del que se tiene constancia en nuestro país. Ismael Fuente, Joaquín Prieto y Javier García fueron los tres periodistas, miembros de ese equipo, encargados de profundizar, no sólo en la historia de aquel atentado, sino también en las circunstancias sociopolíticas en las que se produjo.

A partir de entonces nacieron equipos de investigación en la mayoría de las redacciones de los periódicos. Así, surgieron en *La Vanguardia*, en la revista *Cambio 16*, en *Tiempo*, en la que, según Quesada, por primera vez en el organigrama de la revista aparecía una sección llamada de “reportajes especiales de investigación”.

Poco a poco los periódicos y las revistas consolidaron a sus equipos de investigación y publicaron revelaciones de gran importancia. El caso “Nani” fue uno de los más destacables de esta etapa. Un joven de raza gitana desaparecido, tras ser detenido por la policía. Tres periodistas de la revista *Cambio 16* descubrieron esta truculenta trama. Díaz Güell afirma que el caso “Nani” se convirtió en el caso de “la mafia policial”, que desenmascaró a toda una banda organizada del crimen policial, que se enriquecía usando los mismos medios ilícitos que decía combatir y añade que “la investigación sobre la desaparición de ‘El Nani’ y otras posteriores sobre comportamientos policiales irregulares supusieron el inicio de una limpia

dentro del Cuerpo y la creación de la Brigada Anticorrupción, más tarde conocida como Asuntos Internos” (2003: 343).

Caminos, por su parte, indica que “el punto de partida de lo que se conoce como *boom* de la investigación periodística lo podemos situar en 1989, año en el que *El Periódico de Cataluña* y *El Mundo* comienzan a publicar informaciones relacionadas con el caso ‘Filesa’ ” (1997: 76).

Antes de esta eclosión del periodismo de investigación surgen las primeras revelaciones periodísticas de uno de los casos más notables que se han publicado en España, el caso “GAL”³³. El detonante, fue una llamada anónima a la sección de deportes de la redacción del diario vasco *Deia*. Según relata Miguel Ángel Nieto una persona que no se quiso identificar preguntó por el periodista Ricardo Arques. Éste, nada más coger el teléfono, escuchó las primeras palabras del apodado “garganta profunda”³⁴: “¿Señor Arques? soy de los GAL y le voy a demostrar que Amedo Fouce es dirigente de la organización” (Nieto, 2012: 61).

Desde ese instante comenzó una compleja investigación para descubrir quiénes eran los GAL, cómo actuaban y de quién dependían. Tras tropezar con todo tipo de obstáculos en su investigación, Ricardo Arques tuvo que abandonar la redacción del *Deia*. Tras la muerte de García Goena, último asesinato atribuido a los GAL, la dirección del diario vasco le comunicó que no volverían a tratar el asunto. Ricardo Arques se trasladó a Madrid en 1987, donde el director de *Diario 16*, Pedro J Ramírez, le dio carta libre para investigar, acompañado de Melchor Miralles. Según declaraciones de Ricardo Arques “Pedro J. Ramírez me lo impuso [...] Nunca tuve una buena relación ni profesional, ni personal con Melchor Miralles” (Díaz Güell, 2003: 242). Ya en la redacción de *El Mundo*, en 1989, Arques y Miralles, prosiguieron las investigaciones para intentar probar la implicación del gobierno de Felipe González en la llamada “guerra sucia” contra ETA.

Díaz Güell destaca otro hito como referencia. “El periodismo de investigación entra en ebullición el 20 de marzo de 1989, cuando la revista *Época* publica los manejos de Juan Guerra, hermano del vicepresidente del Gobierno, Alfonso Guerra, desde un despacho de la delegación del gobierno en Andalucía” (2003: 450). El caso

³³ (GAL) Siglas de Grupos Antiterroristas de Liberación.

³⁴ Se le puso el apodo de “garganta profunda” emulando al confidente que ayudó a desvelar el *Watergate*.

“Juan Guerra” acaba con la dimisión en el año 1991, de su hermano Alfonso Guerra, vicepresidente del gobierno socialista.

Este es el detonante que hace, coincidiendo con el nacimiento del periódico *El Mundo*, que los periodistas empiecen a desmadejar el ovillo y vayan descubriendo una sucesión interminable de escándalos políticos que afectaban directamente al gobierno de España. Tras ser despedido como director de *Diario 16*, Pedro J. Ramírez fundó el periódico *El Mundo* en 1989. Desde el primero momento apostó por el periodismo de investigación, que se convirtió en la seña de identidad del diario. Pedro J. Ramírez impulsó las investigaciones más importantes de esta etapa frenética del periodismo en España. Su empeño chocó frontalmente con el poder establecido y se desencadenó una exacerbada disputa entre el periódico y el gobierno de Felipe González.

Para algunos, en aquellos años, el periodismo ejerció de contrapoder necesario y para otros actuó deshonestamente movido por intereses políticos, económicos y hasta personales. Juan Luis Cebrián, director de *El País* en aquellos años, ha resaltado la importancia de un periodismo comprometido, vigilante e independiente pero mantiene que en España, lo que ocurrió en los años noventa, no tiene nada que ver con eso:

Durante mucho tiempo he pensado que, siendo muy importante la contribución del caso *Watergate* a la historia de la prensa y de la libertad en general, su mitificación había generado no pocas desgracias. Entre las mayores de ellas puede situarse la obsesión de algunos colegas míos por derribar y encumbrar presidentes a su antojo (Cebrián, 2002).

Posiblemente se refería a Pedro J. Ramírez, por entonces director de *El Mundo*, que siempre ha expresado una ferviente devoción por aquel caso, y al que parecen unirle sentimientos afectivos por haber entrevistado a Ben Bradlee, director del *Washington Post*:

Siempre recordaré la entrevista [...] durante la navidades de 1973, precisamente el día en que el juez Sirica tenía que tomar una de las decisiones clave del caso *Watergate*. Yo era un joven reportero [...] Bradlee me dedicó dos horas de su tiempo y terminó brindando conmigo al conocer que la resolución había sido favorable al periódico. Para mí ha sido desde entonces el modelo a seguir como responsable de un medio de comunicación, comprometido por encima de todo con el derecho a la información de los lectores (Ramírez, 2000: 465).

4.2.3. Tercera etapa: (1991-1996)

La tercera etapa, Díaz Güell la enmarca entre 1991 y 2000. Sin embargo, nosotros la limitaremos hasta la victoria del Partido Popular en 1996. Esta es, sin duda, la etapa más prolífica del periodismo de investigación en España. Periodistas como José María Irujo (*Diario 16*), Jesús Mendoza (*Diario 16*), Manuel Cerdán (*El Mundo*), Antonio Rubio (*El Mundo*), Melchor Miralles (*El Mundo*), Ricardo Arques (*El Mundo*) entre otros, son algunos de los artífices de las revelaciones periodísticas más importantes en la década de los noventa.

Asuntos como el de Luis Roldán, director de la Guardia Civil; la financiación ilegal de partidos políticos, destapada a través del caso “Filesa”; el descubrimiento de las escuchas ilegales del Cesid, o la utilización irregular de los fondos reservados, jalonan una década de periodismo de investigación que puso en evidencia la corrupción imperante en la vida pública española. Uno de estos periodistas, protagonista de algunos de los casos más destacados, Manuel Cerdán, destaca en su tesis doctoral la importancia y las repercusiones que tuvieron estas investigaciones, desde un punto de vista político y judicial. En sus conclusiones afirma que los casos desvelados entre los años 1993-1996 “supusieron las dimisiones de dos vicepresidentes, cinco ministros y varios altos cargos de la administración socialista. Además, todos estos casos, a raíz de las revelaciones periodísticas, acabaron en procesos judiciales” (2004: 518).

El caso Roldán fue uno de los asuntos que tuvo más repercusiones políticas y judiciales. El 23 de noviembre de 1993, *Diario 16* publicó que Luis Roldán se había enriquecido ilícitamente gracias al cargo de Director de la Guardia Civil. Este hecho provocó “más de dos docenas de dimisiones, un suicidio, y una profunda crisis política que generó el descrédito de los gobernantes” (Díaz Güell, 2003: 379).

El detonante del caso “Roldán” es paradigmático del momento periodístico que se vivía. Era tan galopante la corrupción y tan notable la implicación de la prensa en todo lo concerniente a la acción de gobierno, que las noticias saltaban donde menos se esperaba. Los primeros indicios le llegaron al periodista José María Irujo de un persona, que accidentalmente le puso sobre la pista. Le dijo que la mujer de Roldán, tras separarse de su marido, tenía varios inmuebles por toda España valorados en cientos de millones de pesetas. Tras seguir el rastro del dinero, logró destapar, junto a Jesús Mendoza, uno de los casos que más resonancia ha tenido

para el periodismo de investigación en nuestro país. Es decir, a través de un hecho casual y fortuito, la investigación periodística llevada a cabo por los periodistas de *Diario 16*, terminó con Luis Roldán entre rejas y un gobierno contra las cuerdas.

Es cierto, que algunos autores consideran que fue una etapa en la que imperó más el revanchismo que el periodismo; que el fin era acabar con el gobierno de Felipe González, a costa de lo que fuera. Eduardo F. Rodríguez asegura que muchos periodistas se vieron manejados por los intereses de los dueños de sus empresas pero aún así “no se puede quitar valor a los trabajos rigurosos que alentaron una mejora democrática” (2012: 266).

Entre los profesionales, se ha achacado a muchos de los periodistas investigadores de esta época su falta de lealtad al Estado. Según Manuel Cerdán, muchas de las revelaciones periodísticas publicadas le han supuesto muy duras recriminaciones, “nos han acusado del desprestigio de España en el mundo, de favorecer con nuestras informaciones sobre la guerra sucia a los terroristas de ETA, de producir crispación entre los ciudadanos y de desestabilizar la economía nacional” (2004: 123).

La envergadura de los hallazgos supuso una lucha entre los medios de comunicación afines al partido gobernante y aquellos que estaban más cerca de la oposición. *El País* y *El Mundo* vivieron momentos de enconada rivalidad mediática ejemplificada en el desencuentro entre los dos líderes de ambas empresas: Juan Luis Cebrián (Grupo PRISA) y Pedro J. Ramírez (Unidad Editorial). Ambos han demostrado su mutua animadversión en numerosas declaraciones, pero en aquellos años el duelo se trasladó a sus periódicos.

Cebrián bautizó a los medios que, según él, pretendían acabar con Felipe González como “el sindicato del crimen” (Díaz Herrera, 2009: 318) y Ramírez calificó al director de *El País* como “perro de presa” del gobierno. En 1995, con motivo de un coloquio sobre “Libertad y responsabilidad de los periodistas”, Pedro J. Ramírez cuenta que ambos se enzarzaron públicamente en una fuerte discusión que acabó como “el rosario de la aurora” (Ramírez, 2000,456), lanzándose todo tipo de acusaciones personales y profesionales como esta de Cebrián: “Pedro José Ramírez miente y manipula en todo lo que dice de nuestro grupo. [...] *El Mundo* miente, injuria y manipula. Nuestra moral es diferente” (Ramírez, 2000 453).

Ramírez también hace referencia a un durísimo editorial que publicó *El País* el 22 de julio de 1994 que le ponía como “un trapo como periodista y como ser

humano”, en respuesta a unas acusaciones que hacía *El Mundo* sobre el grupo PRISA. Al día siguiente Pedro J. Ramírez contestó en su diario con un artículo muy contundente acusándoles, entre otras cosas, de “programar porno duro” en su cadena de televisión, Canal+ (Ramírez, 2000: 460-469).

En aquella época los bandos estaban claros y bien delimitados. Era un periodismo de trinchera. Cada grupo mediático defendía sus intereses.

Los medios de comunicación del grupo PRISA se levantan todas las mañanas con el pre-juicio de que la ‘derecha’, como dicen, más en concreto, el Partido Popular, es un elemento negativo, casi todo lo hace de forma negativa y hay que buscarle a la noticia la forma de enfocarla contra ‘la derecha’. *El Mundo*, *ABC*, creen que es el PSOE el elemento a ‘batir’. Los medios públicos bailan, como se sabe también, al son de las siglas que gobiernen. Es decir, el bipartidismo se traslada a la información tanto a nivel de medios estatales como regionales y locales (Reig, 2000: 183).

Es curioso observar cómo durante las diferentes legislaturas del PSOE, *El País* no descubrió ninguna de las investigaciones periodísticas más relevantes. Por un lado, era evidente su afinidad hacia el partido gobernante y por otro, las numerosas filtraciones que se produjeron en aquellos años fueron a parar a los medios que eran más refractarios al poder establecido: *El Mundo*, *Diario 16* y *ABC*, fundamentalmente.

Como afirma Chicote, *El Mundo* y otros medios realizaron muy buenas investigaciones, pero muchas veces nacidas por filtraciones interesadas. Pone como ejemplo el caso “Filesa” en el que “un miembro de esa sociedad entregó al diario *El Mundo* la documentación necesaria que probaba que el PSOE se financiaba ilegalmente a través de Filesa y un entramado de sociedades con ramificaciones en Suiza” (2006: 94).

Es cierto, que en épocas de inestabilidad e incertidumbre política las filtraciones interesadas proliferan en todos los lugares del mundo. La plaga de chivatazos ocurrida en España en los años noventa, ya sucedió en EE. UU. en los años setenta. El FBI contribuyó decisivamente para que salieran a la luz un gran número de reportajes investigativos (Laluz, 2003: 131).

4.2.4. Cuarta etapa: (1996-2004)

Tras catorce años de gobierno socialista (1982-1996), el PP llegaba al poder. Gracias, en gran parte, a los escándalos descubiertos por los periodistas, o al menos así se lo atribuyeron algunos medios. El periódico *ABC* definió la victoria electoral del PP con esta afirmación: “*ABC*, la *COPE* y *El Mundo* entre los causantes destacados de la derrota de González” (www.abc.es, 20-3-1996) Por su parte, *El Mundo* también se vanaglorió de ser el artífice de la caída socialista y de la llegada de Aznar a la Moncloa. En concreto, Pedro J. Ramírez no tuvo reparos en decir en un debate en Telecinco: “Hemos acabado con el felipismo, ahora hay que fumar la pipa de la paz” (Díaz Herrera, 2009: 322).

Pedro J. Ramírez narra en su libro *Amarga victoria* su estrecha relación con José María Aznar, al que llama su amigo José. Describe como pactó, dos meses antes de la elecciones municipales de 1996, una entrevista con José María Aznar para que pudiese explicarle a los españoles su programa de gobierno. Durante varias semanas, periodistas de *El Mundo* y miembros del equipo del líder de la oposición, prepararon minuciosamente el encuentro para que Aznar pudiera lucirse (2000: 192).

Durante esa primera legislatura la prensa rentabilizó los numerosos coletazos judiciales que dejaron los múltiples casos de corrupción destapados durante los últimos años. Al mismo tiempo, se produjo en esta etapa un “pacto de silencio”. José María Aznar firmó un acuerdo de investidura en el que se comprometía a no seguir rentabilizando políticamente los casos de corrupción de la etapa anterior (Durán y Díaz Herrera, 1996; Cacho, 1999).

Este “pacto de silencio” tiene su primer capítulo, cuando el 2 de agosto de 1996, José María Aznar tomó la decisión de no entregar al Tribunal Supremo los famosos papeles del Cesid, relativos al caso “GAL”, en contra de las promesas efectuadas por el PP cuando estaba en la oposición (Cacho, 1999: 29).

Según Cerdán, al llegar Aznar a la Moncloa, “el PP no dio ningún paso para avanzar en la transparencia informativa. El poder siempre es reacio a allanar el camino para el trabajo de los periodistas. Principalmente, porque intuye que más tarde o más temprano, esas libertades servirán para dinamitar sus propios cimientos” (2004: 80).

La ajustada victoria del PP sobre el PSOE, obligó a los populares a una intensa política de acuerdos. Son años en los que reinó el consenso entre los partidos y en los que la prensa estaba expectante ante las promesas de Aznar de acabar con la corrupción en España. Chicote llama a la etapa comprendida entre 1996 y 2004 como la de la “crisis en el periodismo de investigación”. Resalta el hecho de que “quizá la prensa había llegado demasiado lejos” y que “hubo quienes desde el nuevo gobierno pensaron que ya era suficiente con lo que se había demostrado del anterior ejecutivo”. Los políticos empezaron a preocuparse por la imagen internacional que estaba dando España (2006: 98).

En el año 2000, comienza la segunda legislatura del presidente José María Aznar, con mayoría absoluta y unas perspectivas económicas muy optimistas. Continúa el periodo de tranquilidad política e institucional que deja yermo el panorama del periodismo de investigación conocido hasta entonces. Tan sólo hay algunos casos muy polémicos, de los que la prensa se hizo eco, como el llamado asunto “Gescartera”, en 2001, o la decisión del gobierno de participar en la guerra de Irak³⁵.

En esta segunda etapa de Aznar al frente del gobierno se reproduce la lucha mediática, pero esta vez ocurre el fenómeno contrario. Ahora, son los medios afines al PSOE, *El País* y la Cadena *SER*, básicamente, los que atacan duramente la acción de gobierno. Según la visión de Pedro J. Ramírez, el grupo PRISA pensó que si un periódico recién nacido, *El Mundo*, pudo acabar nada menos que con Felipe González “a mí este ‘tonto del bigote’ me dura cuatro días”, en referencia a José María Aznar (Sánchez Vicente, 2001: 40).

Uno de los temas más controvertidos fue el caso “Prestige”, en noviembre de 2002. El Grupo PRISA fue extremadamente crítico con la labor del, por entonces, vicepresidente del gobierno, Mariano Rajoy. Su gestión en la crisis producida por el hundimiento del petrolero Prestige, cerca de las costa gallega, fue muy duramente juzgada por algunos medios. El problema medioambiental que generó el vertido de petróleo al mar derivó en una oleada de solidaridad en el país, y al mismo tiempo, en un reproche generalizado a la acción del gobierno de José María Aznar.

³⁵ En 2003, Aznar formó parte del llamado “trío de las azores”, junto a George W. Bush (presidente de EE. UU.) y Tony Blair (presidente del Reino Unido), que decidió lanzar un ultimátum al mandatario iraquí, Saddam Hussein, para que se deshiciera de su supuesto arsenal químico. La consecuencia fue una guerra en la que España participó.

El País informó concienzudamente del caso. Se centró en echar la culpa de lo ocurrido a la mala gestión del gobierno. Sus reproches se basaron en la descoordinación, las malas decisiones, la falta de transparencia y en la carencia de recursos.

4.2.5. Quinta etapa: 2004 y el 11-M

En 2004, con la llegada de José Luis Rodríguez Zapatero a la Moncloa y el atentado terrorista del 11-M³⁶, se recrudecieron las tensiones políticas entre PP y PSOE, y las viejas disputas entre *El Mundo* y *El País*. Fueron años muy convulsos en los que se volvió a escenificar, a través de los medios de comunicación, la encarnizada lucha entre los distintos grupos políticos. Había dos facciones claramente enfrentadas en una cruzada por defender sus convicciones. “Por una parte medios como *El Mundo*, *La Razón*, *La Cope*, *Libertad Digital*, con un sector del Partido Popular; por otra, *El País*, *la SER*, *Punto Radio*” (Diezhandino, 2007: 134).

Una línea editorial caracterizó al periódico *El Mundo* durante los años posteriores al 11-M: tenía la absoluta convicción de que en el atentado había participado, de alguna u otra forma ETA, y a partir de ahí debía encontrar como fuera las pruebas que lo demostraran. Obviamente, eso le llevó a una desenfrenada catarata de informaciones, como mínimo, cuestionables.

El sociólogo y periodista, Luis García Tojar, considera intolerable el tratamiento informativo del 11-M por parte de este periódico y tilda de “infundios intencionados” algunas de las informaciones ofrecidas. Tras analizar detalladamente varias de las noticias publicadas por *El Mundo* asegura, que bajo el título de investigación periodística se ofrecieron toda una sarta de mentiras desmontadas oficialmente en distintas ocasiones y califica a algunos de los periodistas de “*hooligans* de la información” (2010: 14-15).

Luis Tojar menciona al periodista Federico Jiménez Losantos como uno de los principales artífices de la llamada “teoría de la conspiración” (teoría mantenida por diversos medios de comunicación que aseguraba que detrás de los atentados del

³⁶ Atentado perpetrado en Madrid el 11 de marzo de 2004. Una serie de acciones terroristas en cuatro trenes de la red de cercanías de Madrid, llevadas a cabo por una célula de terroristas yihadistas, tal como reveló la investigación policial y judicial, causaron la muerte a 191 personas. El atentado se produjo tres días antes de las elecciones generales del 2004, que ganó el PSOE.

11-M estaba la participación de la banda terrorista ETA). Losantos, locutor de la cadena de radio *COPE* y columnista de *El Mundo*, acusó al comisario de policía Rodolfo Ruíz de mentir sobre una de las mochilas que portaba los explosivos y de estar al servicio de los socialistas. Durante varios años el comisario fue sometido a una intensa presión mediática, pero finalmente salió absuelto. Sin embargo, en mitad de este proceso su mujer se suicidó. Díaz Herrera señala que Rodolfo Ruíz le dijo entre lágrimas que “Pedro J. Ramírez y Federico Jiménez Losantos la mataron con sus comentarios” (2009: 25). Años más tarde, Losantos fue procesado por injurias y calumnias contra Ruiz, pero también fue exculpado.

Manuel Cerdán, periodista de *El Mundo*, asegura que trabajó siempre con total libertad en ese medio, pero subraya que con el “11-M se volvieron locos”, en referencia a la insistencia sobre la autoría de ETA. A pesar de eso, comenta que en octubre de ese mismo año: “Pedro J. me publicó una historia en portada sobre un imán de Arabia Saudí que había mandado transferencias de dinero a ‘El egipcio’³⁷, hecho este que apoyaba la tesis yihadista” (Cerdán, 2015).

Por otro lado, *El País*, se dedicó, fundamentalmente, a contestar las teorías conspiratorias de su rival en los quioscos y, en el mejor de los casos, a evidenciar que el gobierno de Aznar mintió descaradamente a los españoles cuando culpó a ETA de los atentados. En el décimo aniversario de la tragedia, *El País* publicó un reportaje en el que desmontaba los “diez bulos del 11-M”. En el artículo acusaba directamente a los promotores de las mentiras. “Los bulos, alimentados por el PP con ayuda de varios medios de comunicación encabezados por *El Mundo* y *La Cope*, se esparcieron como el gotelé: algunos siguen circulando por internet” (www.elpais.com, 7-3-2014).

Sin embargo, Javier Chicote, sí destaca algunos trabajos realizados en aquel momento. De hecho, dedica un capítulo a este tema con el nombre “La investigación periodística sobre el 11-M”. Para él fue una etapa de claroscuros en cuanto a la labor de los compañeros de los medios y resalta los múltiples errores de algunos periódicos y los escasos aciertos de otros:

El Mundo tiene en sus filas grandes periodistas de investigación, pero ha errado en el enfoque de su trabajo sobre el 11-M. Ha protagonizado muchos

³⁷ “El egipcio” fue considerado el autor intelectual de los atentados del 11-M aunque finalmente fue absuelto al no estar suficientemente probada su implicación.

aciertos, los veremos. Pero no ha dejado los rumores en la redacción y los ha llevado a la primera plana. *El Mundo* comenzó la investigación por las conclusiones que mejor le encajaban. El tiempo ha puesto en su sitio muchos errores. No es coincidencia que todas esas teorías sean del agrado del Partido Popular (2006: 257).

Salvo algunas excepciones, mucho de lo publicado en aquellos años tuvo una clara intencionalidad política y, por tanto, muy alejado de la independencia que debe imperar en cualquier investigación periodística.

Desde el año 2004 centraremos la atención de la investigación periodística en el ámbito televisivo. Ese año nace el programa *Diario de...*, nuestro objeto de estudio, y la pretensión es analizarlo y contextualizarlo.

4.3. Del *Watergate* al periodismo de denuncia

A pesar de que, como hemos visto, el final del siglo XX fue especialmente prolífico en informaciones periodísticas de gran trascendencia, actualmente no se dan las circunstancias políticas y económicas más apropiadas para poder repetir aquellos prolíficos años del periodismo de investigación en España. Esta especialidad, está derivando con cierta rapidez en un periodismo más próximo a la denuncia social. En este contexto, el periodismo de investigación va a amplificar su ámbito de actuación y se va a centrar en tratar temas que preocupan al ciudadano y más concretamente a su audiencia.

Hablar de periodismo de investigación es hablar del conjunto metodológico que el periodista común, ya no el héroe ni el superhombre, debe diseñar y aplicar con exhaustividad cada vez que decide elaborar una información, considerada de interés por la audiencia del medio en el que trabaja y que no le llega por los canales habituales de información o fuentes oficiales (Quesada, 1997: 16).

Ya no es una tarea poética y muchas veces utópica, sino algo más prosaica y factible. Se desestima la idea de que sólo es investigación aquello que provoca dimisiones de ministros. Se derriban las barreras que impedían investigar asuntos de otra índole y que minusvaloraban trabajos muy dignos que desempeñan un papel importante en la sociedad. Montserrat Quesada destaca que hay que superar “la

vieja definición que limitaba esta modalidad a los grandes escándalos políticos y económicos de la actividad internacional” (1997: 16).

Hoy en día, limitar el periodismo de investigación a los grandes hallazgos informativos sería como negar la existencia de este tipo de periodismo. En la actualidad, son escasas las posibilidades que tiene un periodista de desvelar grandes corrupciones o fraudes escandalosos. El periodismo de investigación moderno no se sostiene sólo gracias a los reportajes que acaban con regímenes o políticos corruptos. Pensar únicamente en temas como el *Irangate*³⁸, como objetivo para una posible investigación periodística es poco realista.

Como señala el periodista norteamericano Tom Wicker: “Quienes desean ser periodistas investigadores con la mirada puesta en el renombre nacional o en el rescate de la Constitución, o en algún otro objetivo fascinante, deben caer en la cuenta de que la investigación comienza en la propia casa” (1981: 150). Muchas veces puede ser igual de crucial para el ciudadano un tema que afecte a las instituciones que, por ejemplo, uno que pueda incidir en la salud pública. Tom Wicker, enumera algunos ejemplos:

Las empresas comerciales que fabrican y venden productos en mal estado poniendo en peligro la seguridad o la salud de los consumidores, o las compañías farmacéuticas que sacan al mercado un producto defectuoso como la talidomida, responsable directo de las malformaciones que padecen actualmente miles de niños americanos y europeos, como consecuencia de su administración masiva a las madres gestantes en la década de los setenta (1981: 47).

Hay que abandonar la idea de que el periodista de investigación sólo es aquel capaz de hacer dimitir a un presidente de los Estados Unidos. El *Watergate* hizo mucho por el periodismo de investigación, pero también su enorme influencia le hace soportar un lastre demasiado pesado. No es fácil cargar con el sobrenombre de “cuarto poder” que responsabiliza en exceso a algunos medios.

El periodismo de investigación ha de amoldarse a la sociedad y saber ocupar su lugar. Un hecho que demuestra la adaptación a su tiempo es saber discernir, que hoy en día, no sólo el poder ejecutivo ostenta el mando; el poder económico controla

³⁸ En 1986, EE. UU. bajo el mandato de Ronald Reagan, vendió armas a Irán durante la guerra Irán-Irak. Con ese dinero financió el movimiento Contra nicaragüense para atacar al gobierno sandinista de ese país.

e influye decisivamente en nuestras vidas. Por tanto, el periodismo de investigación tiene que saber orientar su mirada hacia donde los ciudadanos le piden que observe. “Investigar lo público, desde luego que sí, pero sin olvidar la responsabilidad social que tienen las grandes corporaciones privadas” (Reig, 2000: 87).

El periodismo de investigación no rehúye destapar las corruptelas políticas, que siguen existiendo, pero también pone el foco en problemas que sensibilizan a la sociedad. La explotación laboral en tiempos de crisis, los engaños de la banca a los pequeños ahorradores, las mafias de la prostitución, los desastres ecológicos, el tráfico de drogas, el trato que reciben nuestros ancianos, entre otros, son asuntos que requieren de un seguimiento informativo como el que le puede ofrecer el buen periodismo de investigación.

El periodismo de investigación es una vía para que la sociedad conozca los problemas que afectan a los colectivos marginales. De esta forma será más fácil que las autoridades tomen conciencia de esas cuestiones.

Entre las potencialidades del periodismo de investigación, por tanto, figura la capacidad de implicar a grupos sociales amplios en cuestiones que, de entrada, tal vez sólo afecten directamente a una minoría, pero que de algún modo constituyen un indicio claro de la existencia de disfunciones que conciernen a toda la sociedad (Lalueza, 2003: 145).

En el siglo XXI, investigar en periodismo es ofrecer una información desconocida para el gran público; profundizar sobre aquellos hechos que pueden ser importantes. Intentar analizarlos, indagar y ver qué se oculta detrás de ellos, con el objetivo de proporcionarle a la audiencia una información lo más completa y veraz posible. El periodista puede, además, procurar que dejen de estar ocultos hechos delictivos, que de otro modo seguirían sin conocerse. El periodismo de investigación que se hace en la actualidad “trata de vehicular, a través de los medios, denuncias periodísticas que velen por los intereses generales de los ciudadanos” (Quesada, 1997: 21).

Es un periodismo de denuncia, en el que se ponen al descubierto una serie de hechos que se quieren encubrir y que conciernen a una mayoría de gente. No necesariamente han de ser casos políticos de excesiva relevancia; pueden ser asuntos de menor enjundia, pero que interesen y afecten a los ciudadanos. Con esto no pretendemos minusvalorar la labor que el periodismo de investigación moderno

puede realizar, pero sí restarle importancia al papel de “perro guardián”, que durante muchos años, se le ha atribuido al periodismo de investigación clásico.

En esta evolución del periodismo de investigación hacia la denuncia periodística desempeña un papel destacado la televisión. Este medio es el que capitaliza las investigaciones periodísticas enfocadas hacia temas que afectan al ciudadano en su vida cotidiana.

5. EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN TELEVISIÓN

5.1. La transición de la prensa a la televisión

Hemos visto que el periodismo de investigación tiene su hábitat más natural en la prensa y que el periódico ha sido el medio más propicio para el desarrollo de esta especialidad periodística. Sin embargo, eso no significa que la televisión no pueda emitir trabajos de investigación. De hecho, en los últimos años, es posible observar la primicia informativa en televisión. Eso es debido primero, a que algunos periodistas de prensa han cambiado el bolígrafo y el papel por la cámara y el micrófono y, segundo, porque en los medios audiovisuales cada vez son más los profesionales cualificados.

Aún así, la investigación en el periodismo audiovisual sigue siendo dependiente de los medios impresos. Esto ha sido así, históricamente. Mientras que la prensa destapaba escándalos políticos, las televisiones se conformaban con reproducir esos descubrimientos ofreciendo un espectáculo televisivo en torno al suceso. Se trataba de crear un acontecimiento mediático de grandes proporciones, como ocurrió con el *Watergate*: “La televisión mostró en el caso *Watergate* su ‘uso total’. Reprodujo el proceso completo, como hacía con las convenciones políticas y con los deportes” (Secanella, 1986: 64).

De hecho, la historia reconoce que la televisión fue el espaldarazo definitivo para el caso *Watergate*. Gracias a la cadena de televisión CBS y al tratamiento que le dio el famoso presentador Walter Cronkite, con dos piezas informativas de catorce y ocho minutos respectivamente, el caso comenzó a cobrar fuerza fuera de Washington (Chicote, 2006: 303).

Chicote cree que la televisión puede servir de caja de resonancia para aquellos temas que descubra la prensa. “La mal llamada caja tonta [...] no es tan idónea como la prensa para la práctica del periodismo de investigación, mas si es primordial el apoyo que puede brindar a los compañeros que investigan desde los periódicos” (2006: 303).

La televisión no va a sustituir a los periódicos en la investigación de los asuntos turbios del Estado. No es su pretensión. No es el mejor medio para canalizar ese tipo de información. Ahora bien, lo que sí puede encontrar es un

espacio para el periodismo de investigación más de denuncia, y que se ocupe de las materias que afectan a su público. Temas de muy diversa índole, pero fundamentalmente centrados en asuntos sociales.

La prensa tiene una tradición investigadora que se remonta a principios del siglo pasado. La mayoría de los grandes descubrimientos periodísticos se han realizado en la prensa y los mejores periodistas han trabajado en periódicos. En cambio, eso no excluye la posibilidad de que el periodismo de investigación tenga cabida en los soportes audiovisuales.

Desde hace ya medio siglo, el periodismo de investigación no es exclusivo de la prensa escrita y ha recalado también en la televisión. Secanella da la bienvenida a este nuevo género televisivo recordando a los antiguos *muckrakers* de los que asegura que habrían disfrutado con este invento porque tiene un marcado carácter populista. Viene a decir la autora, que los reportajes de investigación en televisión son los herederos de aquello que hacían los “buscadores de basura” (1986: 63).

Uno de los primeros pasos que dan las televisiones para poder introducir en su medio el periodismo de investigación es contratar a los periodistas que ya lo ejercían en los medios impresos. Secanella menciona algunos ejemplos muy significativos como Carl Bernstein, que cambió el *Washington Post* por la cadena ABC (*American Broadcasting Company*), o James R. Polk que pasó del *Washington Star* a la NBC (*National Broadcasting Company*).

Algo parecido ocurrió en España, con periodistas como Melchor Miralles, que salió del periódico *El Mundo* para dirigir la división audiovisual (El Mundo TV) con el objetivo de hacer reportajes de investigación en televisión. O como la pareja Manuel Cerdán y Antonio Rubio que también recalieron, en El Mundo TV para realizar, entre otros, el reportaje sobre “EL Lobo”³⁹. Estos avezados periodistas conocían muy bien su trabajo, pero ignoraban las singularidades del medio donde iban a ponerlo en práctica.

Manuel Cerdán fecha su primera experiencia televisiva en el año 1997. Recuerda que Maurizio Carlotti (Consejero Delegado de Telecinco entre 1994-2000), les ofreció a su socio, Antonio Rubio, y a él “hacer en Telecinco lo mismo que hacían en *El Mundo*”. Sin embargo, la aventura duró poco. Mientras trabajaban en el primer

³⁹ Mikel Lejarza alias “El Lobo” fue un agente infiltrado en ETA que ayudó a desmantelar la cúpula etarra en el año 1975.

reportaje llamado “Barrionuevo, un ministro sentado en el banquillo”, Cerdán asegura “que José Barrionuevo se presentó en el despacho de Carlotti, montó el pollo allí y se acabó la serie. Nos quedamos con la brocha” (2015).

5.2. Las dificultades que impone el medio televisivo

Las televisiones tenían que encontrar la fórmula para que los reportajes de investigación tuvieran cabida en sus programaciones. Evidentemente, no era un trabajo sencillo, ya que el medio audiovisual impone una serie de condiciones diferentes a las que exige el medio impreso.

1/ La imagen es imprescindible. Si la imagen puede ser esclarecedora, demostrativa e irrefutable, la ausencia de ella significa icónicamente una evidente falta de pruebas. Esto es un arma de doble filo. Por un lado, una imagen resulta demoledora y por otro, su inexistencia puede condenar un reportaje.

Una noticia en televisión de la que no se tengan imágenes difícilmente tendrá un hueco en el informativo. Una persona que te cuenta algo, si no lo hace delante de una cámara, no tiene valor documental. Si se pretende hacer un reportaje de investigación con imágenes de archivo el producto no tiene ningún tipo de atractivo. En televisión no vale con tener una voz en *off* que te desvele como la mafia está extorsionando a los comerciantes de una zona. Necesitas imágenes que lo ilustren, personas que te lo confirmen a cámara, y además, durante muchos minutos. Y eso no es fácil. “Si para un diario es difícil conseguir pruebas documentales sobre hechos que se quieren denunciar, más difícil aún es conseguir imágenes de ello o testimonios a cara descubierta de fuentes que confirmen o desmientan esos hechos” (Nieto, 1995: 143).

En la televisión la imagen determina el contenido. Muchas veces se escribe en función de las imágenes de las que se dispone.

Si en prensa yo le dedico mucho tiempo al texto, en televisión, los *off* que escribo son como una pieza de *sudoku* o como un puzle. Tengo que ir construyendo el guión pieza a pieza y, a veces, escribo en función de las imágenes que tengo o de la persona que va a venir a continuación hablando (Cerdán, 2015).

Eso puede resultar una limitación muy importante a la hora de poder plasmar lo investigado.

En el reportaje de periódico, las herramientas son el bolígrafo y el papel; las fuentes no tienen que dar la cara; y los documentos los reproduces en las páginas; en televisión eso no se puede hacer. En primer lugar, las fuentes tienen que dar la cara porque si no, no tienes imágenes y, en segundo lugar, los documentos no los puedes emitir porque si no, es un aburrimiento (Cerdán, 2015).

No obstante, hay opiniones dispares. Para Carlos Estévez, periodista de investigación de televisión, “sus redactores no investigan con la cámara, sino con lápiz y papel. Una imagen no vale más que mil palabras” (Chicote, 2006: 105).

2/ Las televisiones dan mayor protagonismo al espectáculo, el entretenimiento o la ficción que a los espacios periodísticos de investigación. Es una de las tendencias que viene marcando la política de programación de las cadenas. Desde el nacimiento de las emisoras privadas y la consecuente competencia, las televisiones no han fomentado este tipo de reportajes. Los escasos ejemplos de periodismo de investigación han sido fruto del empeño de los profesionales y sus habituales protestas. En el año 1998 los periodistas ya manifestaban sus quejas: “Los profesionales reivindican más apoyo para los programas informativos y de investigación”. Los profesionales de la televisión pidieron, en los cursos de la Universidad de Verano de El Escorial (Madrid), un mayor apoyo de las cadenas a los programas informativos y de investigación, como fórmula para elevar la calidad y dar una imagen de prestigio. Una reivindicación recurrente y poco atendida por los responsables de las televisiones (www.elpais.com, 11-8-1998).

En el año 2004, una decena de profesionales de la televisión como Pedro Piqueras, Baltasar Magro o Antonio San José se reunieron con motivo del quinto aniversario del canal de noticias CNN+ para expresar “su preocupación por la creciente presencia del entretenimiento en los informativos, lo que conlleva su consecuente trivialización” (*La Vanguardia*, 2004:10).

En el momento de realizar esta tesis, las dos cadenas privadas más vistas, Telecinco y Antena 3 TV⁴⁰, no tienen apenas espacios dedicados al periodismo de investigación. Tan sólo se puede considerar próximo a esta especialidad el programa *En tierra hostil*⁴¹, que se emite los lunes en Antena 3 TV. La Sexta es la cadena que más apuesta por los reportajes informativos y trata los temas más en profundidad. Programas como *La sexta columna*, *Salvados*, *El Objetivo* o *Equipo de investigación* tienen la intención de ir más allá de la mera actualidad informativa.

En todo caso deberían ser las cadenas públicas, como ocurre con la *British Broadcasting Company* (BBC) británica, las que marcaran la pauta. El programa de reportajes de investigación *Panorama* es un buen exponente. Lleva en antena desde el año 1953, y en la actualidad se emite los lunes a las 20:30 h en la BBC One. Cada semana ofrece un extenso reportaje de unos sesenta minutos en el que analiza asuntos de trascendencia social con un enfoque investigativo.

Aquí, en España, Televisión Española, no invierte en este tipo de programas y los que hace, con un formato semejante, los relega a La 2 y en horarios poco accesibles. Programas tan emblemáticos como *Documentos TV*, *En Portada* o *Crónicas* se emiten en horarios de madrugada en una cadena como La 2⁴², que apenas tiene visibilidad.

Recientemente el grupo de estudio de comunicación de servicio público *Teledetodos* ha presentado un informe en el que examina el estado de la televisión pública española. El dictamen asegura que tras años de reformas, contrarreformas e incumplimientos constantes de la regulación por parte de los distintos partidos políticos, el servicio público pasa por el peor momento de su historia. Entre las múltiples propuestas que plantea, para evitar que la televisión pública quede como algo residual y marginal, recomienda la recuperación para TVE 1 de espacios informativos en horarios de máxima audiencia, tanto de los géneros de opinión como de programas de reportajes y contenidos de investigación⁴³.

⁴⁰ Según la empresa Barlovento Comunicación, durante 2014, la suma de la media de las audiencias de Telecinco y Antena 3 TV fue del 28,1%. Creció por tercer año consecutivo (Barlovento comunicación, 2014:4).

⁴¹ Programa de reportajes que describe lugares conflictivos del mundo, a partir de la experiencia vivida por sus reporteros.

⁴² Según Barlovento Comunicación, La 2, tuvo en el año 2014 un *share* del 2,8% de audiencia. La novena cadena en el ranking de las más vistas (Barlovento comunicación, 2014:12).

⁴³ *Un nuevo modelo para un tiempo nuevo* (2015). Disponible en: <http://teledetodos.es/index.php/dictamen-2015> Consultado el 12-10-2015.

3/ Las televisiones privadas españolas cotizan en bolsa y viven de la publicidad, y las públicas dependen de sus gobiernos. Eso coarta la libertad de los profesionales para poder ejercer el periodismo de investigación. No olvidemos que las emisoras privadas son empresas que tienen una serie de intereses comerciales y publicitarios. Se deben a ellos y, por tanto, esto limita el campo de acción a la hora de investigar. Nieto asegura que “las televisiones padecen enormes servidumbres políticas y financieras” (1995: 142).

Pongamos como ejemplo *El Corte Inglés*. Esta empresa invierte anualmente millones de euros en publicidad en una cadena. ¿Qué pasaría si un periodista de una televisión quisiera investigar la posible corrupción en *El Corte Inglés*? ¿sería posible un trabajo independiente y libre? Lo más probable es que el periodista se autocensure y ni siquiera plantee el tema por considerarlo inviable.

El periodista de investigación Javier Chicote afirma que “los periodistas trabajamos con la autocensura” y que ésta aumenta en función de la magnitud del conglomerado empresarial en el que trabajamos. Añade también, que las cadenas privadas ponen como excusa el dinero para no apostar por el periodismo de investigación, pero la principal razón para no hacerlo es que el periodismo de investigación provoca situaciones conflictivas.

Es un género incómodo porque genera enemigos, relevantes personalidades que ejercen una gran presión sobre los medios de comunicación, hasta el punto de ser socios de los dueños o cómplices en su expansión de negocio. La verdad es muy molesta y es muy capaz de restar beneficios económicos a la empresa (2006: 164).

En cuanto al grado de libertad que existe en las cadenas de televisión pública en España, es un dato empírico que, a lo largo de la historia, la mayoría de los gobiernos de turno han influido, han censurado, cuando no han manipulado a los profesionales. Enrique Bustamante, catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad, criticaba en el diario *El País* la falta de independencia de RTVE durante casi toda su existencia, pero destaca negativamente el período entre 1996 y 2004, de gobierno del Partido Popular:

Todos los grupos parlamentarios importantes, sin excepción, han participado en el descontrol democrático de la radiotelevisión pública, al mantener un Consejo de Administración de escasas funciones y composición partidista que

permitió siempre una gestión autoritaria de la formación gubernamental y sus aliados [...] Nada de eso puede, sin embargo, aminorar ni justificar las pesadas responsabilidades que el Partido Popular ha acumulado en su corto periodo en el Gobierno. Más allá del incumplimiento notorio de su programa electoral -director general no militante, pluralismo, etcétera- hay que destacar la evidencia de que estamos ante una manipulación partidista sistemática de RTVE (Bustamante, 1997).

Rafael Robledo, ex director del programa *Línea 900* de TVE 2, cuenta que realizaron un reportaje en el año 2002 sobre los niños transfronterizos de Ceuta. Le parecía un tema interesante porque había elementos que le atraían especialmente: niños por un lado, que son un sector social discriminado y bastante maltratado en algunos aspectos y, por otro lado, la inmigración. “Cuando se envía a Madrid para su emisión me dicen que hay una opinión editorial donde nos posicionamos. Al cabo de unos días me dicen que el señor Alfredo Urdaci, jefe de los Servicios Informativos de TVE, ha decidido que no se emita ni ahora ni nunca” (Brichs, 2003: 194).

Robledo asegura que había un pacto entre el gobierno de Ceuta, que era del PP, en ese momento, y RTVE, para que no se hablara de Ceuta negativamente, porque siempre que se mentaba a la ciudad autónoma era para denigrarla, y pedían un tratamiento más considerado. Sobre este tema, Alfredo Urdaci se defendía y aseguraba que todo fue una persecución para desprestigiarle: “El responsable en 2002 de *Línea 900*, con ayuda del sindicato *UGT*, al que pertenecía, organizó toda una campaña a través de algunas ONG para denunciar lo que el estimaba que había sido un ejercicio de censura intolerable” (2005: 284).

Hay que añadir que dicho reportaje se emitió seis meses después, el 17 de noviembre de 2002, sin Rafael Robledo en la dirección del programa, ya que fue relevado de su cargo. Eso sí, con la inclusión de las declaraciones de algunos empresarios a los que Alfredo Urdaci había pedido que se entrevistara para ofrecer una visión más ecuánime.

Quizá el período de mayores cotas de independencia informativa en RTVE tuvo lugar gracias a la Ley de la Radio y la Televisión de Titularidad Estatal de 2006, que establecía que el nombramiento del director de la Corporación de RTVE debía salir de la votación consensuada de dos tercios de la Cámara de los Diputados. Sin embargo, en el año 2012, el Partido Popular aprobó un decreto ley que establecía que el director de RTVE lo designaba el Congreso de los Diputados por mayoría absoluta, y sin necesidad de consenso entre los grupos parlamentarios.

4/ La televisión tiende a simplificar y estereotipar. La escasez de espacio y de tiempo hace que la información no pueda explicarse con toda la exhaustividad que sería necesaria. El medio televisivo tiende a caer en el tópico, por una cuestión de superficialidad en el tratamiento de la información.

Pepe Rodríguez remarca la obligada superficialidad con la que hay que tratar los temas para la televisión. “El lenguaje del medio requiere un ritmo ágil y una visión de conjunto que, casi siempre, obliga a prescindir de las decenas de matices importantes que trufan cualquier investigación” (1994: 241).

También hay que señalar la celeridad de la televisión como limitación para comprender el mensaje. “Con la televisión no se puede volver atrás. El espectáculo total es inimitable en otros medios, pero el espectador requiere una explicación adicional que sólo puede darle la letra impresa” (Secanella, 1986: 64).

La lectura nos permite entender mejor el contenido, pero hay que decir que la televisión cuenta con la inestimable ayuda de las imágenes para hacer más asimilable la información. Pongamos un ejemplo. Si leemos unas declaraciones en un periódico de un ciudadano que dice: “los dueños de este geriátrico me maltratan”, podemos tener una percepción de lo que este hombre quiere decir, pero si le vemos y escuchamos cómo lo dice delante de una cámara, y además lo hace en el lugar donde supuestamente le maltratan, está claro que lo que aportan esas imágenes nos hace entender mejor a esa persona y comprender la situación. Ya no digamos, si tenemos grabado el momento en el que se produce ese maltrato.

Caminos añade que “no es el canal más adecuado para su difusión debido a la simplificación y especial celeridad a la que obliga este medio” (1997: 129). Es evidente que la televisión no es el soporte más indicado para profundizar y explicar con detalle, ya que por diversos factores, como el tiempo o el espacio, se tiende a simplificar.

Los reportajes de investigación deben profundizar, analizar, aclarar las causas de la información que están dando. Las tramas que se descubren en un trabajo de investigación suelen ser complejas y en televisión resulta más difícil explicarlas.

5/ La televisión se recrea en lo emocional. El medio televisivo juega con sus posibilidades. La imagen y el sonido son sus valores añadidos y, a veces, cae en la tentación de explotarlos. Esto hace que la información que le llega al espectador pueda estar distorsionada o exagerada. Cuando se hace demasiado hincapié en el aspecto emocional, se puede caer en el sensacionalismo y, por tanto, se pierde la

esencia de lo que busca el periodismo de investigación. “La televisión tiene propensión al efectismo y dramatismo icónico actuando psicológicamente sobre el espectador” (Aladro, 1995: 127).

Hay que tener cuidado con el tratamiento que se le da a la imagen porque “con reportajes llamativos se puede incrementar la audiencia, pero se corre el riesgo de caer en las características más negativas del *reality show*” (Caminos, 1997: 216).

6/ El tiempo es escaso. El reportero de televisión no suele disponer de tiempo para efectuar una investigación extensa y minuciosa. En las redacciones de las cadenas lo que importa es dar la noticia antes que el rival y pocas veces se dedican recursos para investigarla. Cuando se da la circunstancia de poder investigar una noticia se fijan unos plazos de entrega muy cortos que imposibilitan un trabajo de investigación riguroso.

Existen muy pocos ejemplos de equipos o grupos de periodistas de televisión, como ocurre en prensa, que hayan estado dedicados a la investigación periodística durante un periodo largo de tiempo.

7/ Es el medio más lento en la ejecución del trabajo. La televisión son imágenes y sonidos que hay que obtener. Eso requiere un proceso de producción laborioso. El sólo hecho de desplazarse a una localización con las cámaras y grabar ya requiere un tiempo extra que no necesitan otros periodistas. Los redactores de un diario, con una llamada, pueden solventar el trabajo de varios días de un reportero de televisión. Este, además de hacer esa llamada, tiene que trasladarse al lugar, que puede estar a miles de kilómetros de distancia, grabar a ese personaje, minutar sus declaraciones, introducirlas en un guión y editarlas para poder ser emitidas. La televisión es una maquinaria lenta y costosa, aunque la digitalización ha acelerado considerablemente muchos de los procesos.

8/ Hombres de negocios dirigiendo las televisiones. Los directivos de las principales cadenas suelen ser empresarios que tienen como principal cometido cumplir los objetivos económicos. “La parte económica es muy importante, que es lo que está marcando mucho el periodismo de investigación. Desde que en las empresas periodísticas mandan los empresarios y no mandan los periodistas se ha cortado el grifo” (Cerdán, 2015).

Las televisiones se rigen por criterios empresariales y rara vez por los periodísticos, y como consecuencia de ello “la información se restringe a favor de la

opinión y el espectáculo. Ya no digamos el periodismo de investigación, que es el periodismo con mayúsculas” (Chicote, 2006: 136).

Obviamente esta política empresarial afecta en cascada al resto de los escalafones laborales. Será difícil encontrar en las redacciones a profesionales preparados para ejercer el periodismo de investigación, en una cadena que no tiene entre sus prioridades desarrollar el periodismo.

Además, los periodistas de televisión, por lo general, no han tenido una preparación enfocada al periodismo de investigación. Según, Migue Ángel Nieto, “los periodistas de televisión han sido formados para elaborar informaciones a partir de datos que provienen de agencias o de otras televisiones (es decir, de fuentes indirectas)” (1995: 143). Precisamente, no son estas fuentes indirectas de las que vive el periodismo de investigación.

El periodista de televisión ha sido formado para realizar la información diaria. Vive inmerso en la rutina para la que ha sido adiestrado. “En las redacciones de televisión se origina un escaso número de noticias propias; a menudo interesan más las noticias del día y doblegar a la competencia, que investigar temas con iniciativa” (Avilés, 1996: 166).

9/ La televisión vive el momento. Las televisiones viven inercialmente y están sujetas a los datos de audiencia de cada día. Les preocupa superar a sus rivales en cada segundo, en cada minuto, en cada franja horaria del día. Manuel Cerdán señala que “el periodismo de investigación está reñido con la política de audiencias de la televisión” (2004: 520) Esta obsesión por el dato de audiencia impide, muchas veces, que se valore el trabajo a largo plazo y se centre todo el esfuerzo en el resultado más inmediato.

Los programadores se preocupan de los productos que pueden ser rentables económicamente a corto plazo. Un ejemplo puede ser el programa de Telecinco *Sálvame Deluxe*, que se emite en el *prime time* de los viernes. Cuesta unos 200.000 euros por programa, dura cuatro o cinco horas, es líder en su franja horaria y recauda 1,3 millones de euros por cada emisión. Ese espacio es una prioridad para un programador. Sin embargo, un reportaje de investigación está expuesto a determinadas variables. El tiempo de producción es muy incierto; uno o dos meses, yendo bien las cosas, y su dato de audiencia es una incógnita. Además, rellena, tan sólo, una hora de la programación cada mucho tiempo. No es interesante para la cadena en términos de rentabilidad económica.

10/ El periodismo de investigación en televisión provoca la pérdida del anonimato para las fuentes. El modo de trabajar en televisión requiere que todo quede grabado. Es un hecho que retrae a las fuentes o las personas que van a dar un testimonio. Saber que lo que digan va a quedar grabado, limita la acción del periodista, a la hora de obtener el material que necesita para el reportaje.

En el periodismo de investigación, normalmente, se entrevista a personas que arriesgan algo cuando hablan. Por eso, suelen exigir anonimato o protección y la televisión no es precisamente un medio muy discreto. Mientras que un reportero de un periódico puede tener las declaraciones de un personaje clave sin ni siquiera verle (grabándole el audio por teléfono) y que no aparezca su foto en el periódico, en televisión debes, por lo menos, tener grabada su imagen aunque no se le reconozca.

11/ En televisión es más fácil manipular. La televisión es un medio en el que entran en acción elementos ajenos a la investigación que pueden alterar el significado de esta. “La imagen representa un soporte menos oportuno y sigiloso para el descubrimiento; admite más fáciles manipulaciones; y puede prestarse a una gama de interpretaciones que no siempre son las deseadas por sus autores” (Martí Pellón, 1998: 50).

La historia de la prensa, por su parte, está salpicada de medias verdades, falsedades e incluso invenciones. Está demostrado que en prensa un periodista se puede inventar una historia de cabo a rabo y pasar desapercibido. José María Burgueño hace un repaso de las más sonadas invenciones en el periodismo. Para él hay dos ámbitos en el periodismo informativo más tentados a la mentira, las crónicas de sucesos y las de guerra. Pone el ejemplo de Jack Kelly, cinco veces candidato al *Pulitzer* y reportero estrella del periódico *USA Today*, que tuvo que dimitir en enero de 2004, tras ser acusado de fraude en varias de sus crónicas de guerra. Inventaba datos, detalles, personajes y episodios de las historias que mandaba desde Rusia, Kosovo, Israel o Palestina (2008: 121).

Edmund B. Lambeth, relata que en la década de los ochenta se registraron varios casos de noticias inventadas: “Janet Cooke, una joven reportera del *Washington Post*, perdió su premio *Pulitzer* después de confesar que había inventado la existencia de un adicto a la heroína de ocho años de edad” (1992: 15). Por su parte, Christopher Jones, colaborador externo del *New York Times*, reconoció que “uno de los relatos sobre Camboya lo había escrito desde su casa de España y

que parte del texto lo había tomado de la novela *Voie Royale*, de André Malraux” (1992: 15).

La televisión, como decíamos, es un medio propenso a la manipulación. Las noticias han de pasar por distintos procesos de producción hasta que llegan al espectador. La información es moldeada por distintas manos, no sólo por las del periodista. Eso hace que el producto final sea menos genuino y pueda estar más distorsionado que el que se hace en la prensa. Secanella advierte del peligro de que como imponente caja de resonancia que es, la televisión, al servicio de la manipulación en el ejercicio de la investigación periodística, pueda resultar más perjudicial que otra cosa (1986: 65).

Sin embargo y, a pesar de que, como hemos expuesto, la televisión no es el soporte más apropiado para el ejercicio del periodismo de investigación, vamos a comprobar como este tipo de reportajes audiovisuales han ido realizándose coyunturalmente a largo de la historia de la televisión.

5.3. Los reportajes de investigación en televisión

En televisión, el género en el que mejor se expresa el periodismo de investigación es el reportaje. Uno de los géneros informativos de mayor prestigio. Su sola mención significa ya profundidad, actualidad, criterio, pero también, credibilidad rigor y veracidad. Es el género mayor del periodismo; “periodismo en estado puro” (Artero, 2004: 18). Hablamos del formato gran reportaje: aquel que por su extensión temporal permite la elaboración de una información lo más completa posible sobre el hecho que se va a investigar.

Sabemos que existen diferentes tipos de reportajes, pero una de las condiciones esenciales para que estemos frente a un buen trabajo de investigación periodística es la duración. No el ser más largo, hace mejor un reportaje. Lo que permite la extensión, en televisión, es que se pueda explicar mejor el contenido. “El reportaje emerge como una alternativa para profundizar y narrar de forma original. Para ir más allá del vuelo superficial que se ha convertido la cita informativa diaria” (Pellicer, 2009: 176).

Los reportajes de investigación en televisión tienen similitudes con el clásico reportaje en profundidad, que Francisco Rodríguez Pastoriza define como: “aquel

que habitualmente ocupa la duración total de un programa y supone la mayor aproximación a un acontecimiento desde todos los puntos de vista” (2003: 67).

Según Jaime Barroso, la diferencia entre ambos estriba en la intensidad de su tratamiento (2009: 87). El gran reportaje, de duración entre cincuenta y sesenta minutos, no suele tener ese componente reivindicativo y de denuncia que muestran los reportajes de investigación. No acostumbra a ir más allá, a ahondar, a descubrir. Aunque ambos, comparten la aspiración y el deseo de reflejar o radiografiar una realidad desde distintas perspectivas.

Pondremos un ejemplo para observar el diferente enfoque de estos dos tipos de reportajes. Rio de Janeiro (Brasil) albergará los próximos Juegos Olímpicos de 2016. Si se quiere hacer un reportaje en profundidad, se visitaran las sedes, se hablará con el comité organizador, con los deportistas, se analizará el impacto económico en la ciudad y se sondeará la opinión de los ciudadanos brasileños. Pero si lo que se pretende es hacer un reportaje de investigación, habrá que enfocar el tema con un espíritu más crítico para desvelar algo que permanece silenciado. Si tenemos indicios de que la gestión de los responsables no está siendo transparente, deberemos hacernos una serie de preguntas: ¿Quién está a cargo de las obras? ¿Cómo se concedieron las licencias? ¿Qué dinero está costando? ¿En qué condiciones están trabajando los obreros? ¿Cómo está afectando a la economía brasileña?

Aunque a veces lo parezca, en televisión no es sencillo que alguien te cuente, según qué cosas, a cámara. Por eso, Barroso define los reportajes de investigación en televisión como “aquellos especialmente documentados y que presentan unos testimonios inusuales por lo inaccesibles” (2009: 87). La dificultad radica en que alguien te relate unos hechos que, por algún motivo, otra persona o personas pretenden mantener ocultos. Por tanto, el valor añadido viene por ahí, por las complicaciones que entraña conseguir ese testimonio y ofrecerlo por televisión. Barroso menciona otras características propias del reportaje de investigación: “aborda temas serios, importantes para la sociedad y en los que la recogida de información, o el acceso a las fuentes, comporta dificultades u obstáculos inusuales; así mismo, el reportaje de investigación explora e interpreta exhaustivamente el sentido de los hechos” (*ibidem*).

El periodismo de investigación en televisión no pretende emular lo que consiguieron los periodistas de investigación españoles de finales del siglo pasado.

Hoy es un periodismo más doméstico, más cercano, menos pretencioso, si se quiere, y que puede cumplir una importante labor social.

Los reportajes de investigación en televisión son trabajos fruto de la iniciativa del periodista, que abordan un tema exhaustivamente, que pretenden desvelar alguna información que desconocemos y que alguien quiere mantener oculta y que son relevantes para la sociedad.

Los reportajes de investigación en televisión se acercan más a la definición de periodismo de investigación que hace Quesada y que relativiza el papel de guardián del periodista.

Investigar en periodismo es también el tratamiento en profundidad de la información referente a temas locales, que coexisten en los medios junto a los productos periodísticos más generalistas, y que de no ser por el trabajo tenaz y paciente de los periodistas investigadores, persistirían para siempre en la sombra actuando en contra del interés general (1997: 16).

Entra, por tanto, un factor nuevo a tener en cuenta: el localismo. En televisión es frecuente toparnos con reportajes de investigación que abordan asuntos de importancia local o regional y, que desde luego, son excelentes muestras de periodismo comprometido y valiente. Hay que recordar que desvelar las corruptelas del cacique de turno supone tener que enfrentarse con los poderes fácticos de la zona.

El periodismo local puede llegar a ser una herramienta que utilizan los poderosos y políticos de la región para proteger sus intereses. En muchas redacciones locales, los periodistas escriben prácticamente al dictado y de carrerilla. Son, como apunta Miguel Ángel Nieto “los servilismos locales”. Entre la multitud de medios existentes, los regionales juegan un papel importante y allí, “las servidumbres de los medios de comunicación locales son mayores y el papel de los gabinetes llega a ser agobiante” (1995: 138).

En un estudio realizado con profesionales de la comunicación en Salamanca, en el año 2005, se podía observar la tendencia muy marcada del evidente servilismo imperante en el periodismo de provincias. Poco a poco era mayor el control del propio medio de comunicación sobre un periodista cada vez más joven, precario e inexperto. Los jóvenes profesionales de la ciudad salmantina “reconocen que el poder de los gabinetes y la falta de iniciativa propia de los medios tiene como

consecuencia un producto totalmente mediatizado, que se aleja de la realidad cotidiana y tangible para los públicos consumidores de las noticias” (Merayo, 2005: 479).

5.3.1. Características de los reportajes de investigación en televisión

Los reportajes de investigación en televisión tienen connotaciones particulares que los diferencian de los que se publican en prensa.

1/ Se cuentan historias. Los casos a investigar pueden ser de muy diversa temática (consumo, sanidad, política, economía, asuntos sociales, deportivos), sin embargo, lo que caracteriza a los reportajes de investigación en televisión es el tratamiento que se les da. Más que hacer un informe detallado, aséptico y con innumerables datos sobre un caso, se busca el lado más humano del asunto. Los temas se suelen personalizar y humanizar.

En la televisión, es muy importante quién y cómo se cuenta la historia. Si un entrevistado relata algo sin ningún tipo de sentido, mal articulado, sin transmitir nada, la historia no funciona. El medio exige que la narración sea atractiva, porque a ese individuo no se le transcriben sus declaraciones como en un periódico, en el que saldrán sus palabras entrecomilladas. A ese individuo lo está viendo y oyendo la gente y, por tanto, es preciso que lo que está diciendo sea interesante y entretenido.

Los temas que se tratan suelen estar seleccionados en función de las posibilidades audiovisuales que ofrezcan. Hay asuntos muy difíciles de abordar en televisión porque se basan en datos, documentos o informes, como suelen ser los económicos o políticos. Hay otros que se centran más en testimonios o experiencias personales más fáciles de ilustrar televisivamente y que despiertan más sensaciones en el espectador. Hablamos fundamentalmente de temas sociales o delincuenciales.

Relacionado con los temas elegidos, también apunta Barroso, que a veces “los programas de investigación ofrecen historias más o menos cotidianas o conocidas, (los niños de la calle, la trata de blancas, vecinos) que no son estrictamente de investigación, pero que se justifican por el proceso de producción requerido (más de tres meses de seguimiento)” (2009: 87). El mero hecho de dedicarle un tiempo considerable a la elaboración de un reportaje ya implica una

intención investigadora, aunque el tema escogido no sea especialmente ambicioso informativamente.

2/ El periodista es parte del reportaje. En el relato televisivo cobra importancia cómo se ha realizado la investigación, los pormenores, las peripecias, las vicisitudes que haya pasado el periodista para conseguir la información.

En el reportaje de investigación el informador se hace presente ya no sólo como el narrador, que reordena, analiza e interpreta los hechos para volverlos inteligibles; se presenta también como un sujeto narrativo, que indaga, que protagoniza la aventura de la búsqueda de la información (Requena, 1989: 43).

Se muestra la labor investigadora como un elemento básico del trabajo. Requena dice que esto se ve claramente reflejado en el guión final del reportaje.

El reportaje de investigación trabaja por tanto con dos niveles narrativos diferenciados y superpuestos: el de la historia de los hechos que constituyen la noticia en sí, y el de su investigación-reconstrucción por el reportero, a través de procedimientos que van desde la recolección de testimonios y la realización de entrevistas hasta la puesta en práctica de técnicas detectivescas de camuflaje y espionaje (*ibidem*).

Ambos niveles narrativos sirven para dar una visión lo más completa posible de lo que se quiere informar. La parte más interpretativa le sirve al espectador para ponerse en el lugar del reportero y percibir más intensamente la historia.

3/ Pueden tener un gran impacto social. La televisión es el medio de mayor difusión y, por consiguiente, es posible que un reportaje de investigación pudiera resultar impactante para la sociedad. Los elementos audiovisuales ayudan a que lo que se ve provoque emociones. Unas imágenes espectaculares o unas declaraciones exclusivas pueden resultar muy trascendentes. Un reportaje de investigación que no llega a un número importante de ciudadanos, no cumple con uno de los objetivos básicos: que tenga repercusión y posteriores consecuencias. La experiencia nos muestra, como veremos con ejemplos, que si las cadenas apuestan por los reportajes de investigación en días y horarios apropiados, estos suelen tener una buena acogida por el público.

Según Caminos, “la televisión es un buen vehículo para canalizar los trabajos de investigación, sobre todo por la alta difusión que pueden obtener” (1997: 129). Es necesario que una información de este estilo tenga la difusión adecuada, y, sin duda,

un programa de televisión que lo pueden ver varios millones de espectadores, resulta un medio muy propicio.

4/ Suelen ofrecerse en una entrega. Son reportajes con un principio y un final. No hay costumbre de que el reportaje se convierta en un serial con distintos capítulos, como ocurre en la prensa. Se suelen emitir como especiales. Cuando un reportaje de investigación tiene repercusión, los distintos programas de la cadena se nutren de esa información, la desarrollan y preparan un serial. Cada vez más, los programadores funcionan transversalmente y aprovechan el éxito de un programa para que en el resto de la rejilla se explote ese contenido.

Un caso paradigmático fue el reportaje “La fábrica de bebés”, emitido el 5 de noviembre de 2010 en Antena 3 TV. Narraba cómo durante los últimos años de la *dictadura* franquista y los primeros años de la transición democrática, numerosos recién nacidos a los que se había dado por muertos, fueron robados a sus madres y vendidos a parejas con dinero. Primero, porque tuvo una segunda entrega, “Niños robados” y, segundo, porque toda la cadena se volcó con el tema. Programas como *Espejo Público* trataron esa información durante semanas y fue el asunto central de su magazine de actualidad. Los reportajes se convirtieron en un acontecimiento para la cadena que se retroalimentó en diferentes formatos: noticias, reportajes, especiales informativos y hasta una miniserie⁴⁴.

5/ La limitación de espacio. Así como en la prensa la extensión de un trabajo de investigación puede ser amplia y flexible, en televisión el tiempo es oro. Los programadores hacen su rejilla y asignan un determinado hueco al que hay que ajustarse. Es muy raro que un reportaje de investigación se prolongue más allá de una hora. Suele tener una duración más o menos acotada. Un mínimo de treinta minutos y un máximo de sesenta suele ser lo más generalizado.

6/ Los reportajes no tienen una periodicidad fija. No suelen tener una periodicidad determinada de emisión, ya que se trata de trabajos cuya elaboración puede llevar meses. Es decir, van con el título de “especiales”, por lo que el público nunca acaba de acostumbrarse a su presencia y es más complicada su fidelización. Los ejemplos de reportajes de investigación que existen en la historia de la televisión

⁴⁴ Se llamó “Historias robadas”. Miniserie de dos capítulos, emitida en Antena 3 TV en septiembre de 2012.

española han demostrado esta tendencia. Eso no significa que un programa semanal no pueda realizar puntualmente un buen reportaje de investigación.

7/ Requieren de una supervisión legal mayor. Los métodos utilizados para la obtención de la información y las repercusiones que pueda tener la investigación requieren de una supervisión por parte de los ejecutivos de la cadena. “El grado de supervisión de este tipo de trabajos es mayor que el habitual en noticias, porque los periodistas y las cadenas están más expuestos a riesgos físicos y jurídicos ante terceros” (Avilés, 1996: 168).

Es frecuente, que en el desempeño del periodismo de investigación, se den actuaciones que puedan estar al límite de la legalidad. Se corre el riesgo de que por conseguir una información o destapar un escándalo se utilicen métodos poco ortodoxos. El fondo importa tanto como la forma y por eso es necesario jugar limpio desde el punto de vista legal. Sobre las cautelas en este aspecto el catedrático Martínez Albertos señala que: “un buen periodista de investigación debe ser un profesional con el suficiente sentido común como para saberse tragar su orgullo ante los dictámenes de los abogados de la empresa” (1998: 61). Aquel que ejerza el periodismo de investigación debe de estar al tanto de las leyes que rigen en su trabajo y, si no, tener una asesoría jurídica a la que poder recurrir en caso de duda.

Debido a la complejidad de los temas que se abordan, es necesario el apoyo empresarial y jurídico. Esto no debe confundirse, con un excesivo intervencionismo que imposibilite trabajar al periodista con independencia y libertad.

8/ Son caros y su resultado incierto. Son costosos por el personal que se necesita y el tiempo que debe estar empleado. Un periodista de investigación sabe cuando inicia un reportaje, pero rara vez estima cuando lo va a terminar. Eso en televisión se amplifica debido a las dificultades que impone el medio.

Pero sobre todo, los reportajes de investigación no tienen la certeza de que serán emitidos. Hay algunos trabajos que se han quedado por el camino por no cumplir las expectativas que se suscitaron, por cuestiones legales, o, simplemente porque el enfoque del tema no era del agrado de los responsables de la cadena.

La naturaleza del trabajo hace que los asuntos que se tratan sean controvertidos, polémicos y sujetos a factores no siempre controlables por el medio. Los personajes a los que se entrevista pueden arrepentirse de salir en televisión o las imágenes que se emiten pueden atentar contra la intimidad de alguien. En ocasiones, una promoción televisiva previa a la emisión de un reportaje puede

provocar que el interesado la vea desde su casa y decida dar marcha atrás. Eso es lo que le pasó a la productora El Mundo TV cuando realizó en 2009 un reportaje llamado “El precio del paraíso”. La protagonista, una prostituta de lujo, que narraba en primera persona como funcionaba el negocio de la prostitución de alto *standing*, decidió, tras ver la promoción del reportaje, denunciar a un juez el tratamiento recibido. Este tomó medidas cautelares y canceló su emisión pocas horas antes de salir en Telecinco⁴⁵.

Al ser tan imprecisos los resultados, las cadenas acostumbran a encargarnos a productoras, agencias o a *free lance*. Estas les entregan el producto terminado y las televisiones deciden si les interesa comprarlo. Este procedimiento les sale más barato que tener un equipo exclusivamente para elaborar este tipo de reportajes. Las televisiones, salvo casos muy excepcionales, no tienen en plantilla equipos de investigación, como sucede en algunos periódicos.

En España, la productora El Mundo TV es la que más reportajes ha producido de manera independiente. Más adelante veremos algunos de sus trabajos más destacados.

9/ Dependen de la audiencia. Las televisiones son empresas que viven del público que las ve y, por tanto, aquello que emiten debe tener espectadores. Mientras que en la prensa o en la radio los datos de audiencia del Estudio General de Medios (EGM) se ofrecen cada tres meses, en la televisión, al día siguiente, a las nueve de la mañana, ya sale la nota que han puesto los espectadores a cada programa. Los reportajes de investigación no son ajenos a la presión diaria de las audiencias y, por eso, están también sometidos a los criterios de espectacularidad del medio.

Los reportajes de investigación en televisión, como todo producto televisivo, tienen como objetivo despertar el interés del espectador. Las características, los temas, el tratamiento que se le pueda a dar a un reportaje de investigación, está condicionado por el propósito fundamental y es que el público lo vea. Son contadísimos, los casos en los que los reportajes pueden desprenderse de esa rémora que es el dato de audiencia.

⁴⁵ Finalmente, el reportaje se emitió nueve meses después, tras levantar el juez las medidas cautelares.

Las televisiones invierten poco en estos formatos, pero cuando lo hacen, les importa la audiencia, como no; pero también valoran la repercusión que puedan tener y el prestigio que les pueda reportar. A veces, y esto no acostumbran a valorarlo los empresarios de las cadenas, es tan importante la repercusión mediática y social que pueda tener un reportaje como su media de audiencia. Si gracias a una exclusiva periodística, el resto de medios se hace eco de la noticia, la emisora puede alcanzar una publicidad impagable.

Todas estas características son diferenciadoras o condicionan los reportajes que se hacen en televisión, pero si hay algo que determina al periodismo de investigación en televisión son las llamadas prácticas detectivescas.

5.4. Métodos de investigación en televisión. Las prácticas detectivescas

¿Qué consideramos como prácticas detectivescas en el periodismo de investigación? Diríamos que son aquellas técnicas y herramientas de trabajo, propias del detective, que pone en marcha el periodista cuando asume que con las propias del mero informador no va a conseguir las pruebas o datos que necesita. El ocultar la identidad, el infiltrarse, el hacer seguimientos, el emplear la cámara oculta, son técnicas adquiridas y aprendidas por el periodismo de investigación y que han sido explotadas por algunos profesionales.

En el mundo del periodismo las prácticas detectivescas se han utilizado con cierta frecuencia, e históricamente han servido de herramienta necesaria para el esclarecimiento de muchas investigaciones. En el siglo XIX, Nellie Bly practicó en el *New York World* “el periodismo de inmersión”, como lo denominan los profesores López y Fernández (2013: 23), para conseguir denunciar los malos tratos en un manicomio. Desde entonces los periodistas han recurrido a las técnicas pseudopoliciales para llegar hasta donde no era posible con los métodos convencionales.

5.4.1 La infiltración

Una de las técnicas detectivescas más utilizadas y que mejores resultados ha dado al periodismo de investigación es la llamada infiltración. Se recurre a ella cuando los hechos que se quieren denunciar son inalcanzables con los métodos tradicionales, o porque las pruebas que tenemos no son suficientes. Es entonces, cuando algunos periodistas buscan soluciones extraordinarias como la infiltración.

El método consiste en investigar desde dentro y para ello el periodista, normalmente, debe ocultar su verdadera profesión y presentarse con otra identidad. La personalidad que escoja dependerá de la investigación que vaya a efectuar. Si por ejemplo, quiere descubrir cómo se abusa o acosa laboralmente a las mujeres en el Ejército, deberá hacerse pasar por militar y así comprobar, desde dentro, si es cierto. Es posible que tengamos el testimonio de una mujer que se atreva a contarlo, pero siempre será su palabra contra la de sus mandos.

López y Fernández hacen una exhaustiva clasificación de los distintos tipos de periodismo encubierto que existen y de los diferentes grados de implicación del periodista. Indican que en la infiltración conviven dos aspectos que hay que señalar: “La inmersión conlleva, para el periodista, la aventura de introducirse en una comunidad, una corporación, una empresa o una institución, con el propósito de observar, mientras que el encubrimiento entraña la ocultación de la identidad que puede presentarse con distintos grados y matices” (2013: 36).

López y Fernández diferencian claramente entre el periodista que oculta su identidad de periodista y adopta otra profesión coyunturalmente, y el que durante un periodo largo de tiempo se convierte en otra persona y se mimetiza con el grupo o ambiente que quiere investigar. No es lo mismo que un reportero se infiltre en los *Redskin*⁴⁶ durante un año, para comprobar si viven de reventar manifestaciones y generar violencia, con el riesgo que eso conlleva si es descubierto, que acudir durante una par de días, como paciente, a la consulta de un supuesto médico para averiguar si está poniendo la vida de sus enfermos en peligro con tratamientos inadecuados.

⁴⁶ Grupos violentos de ideología de ultraizquierda con simbología y vestimenta propia. Son anarquistas y defienden el antisistema.

En el periodismo de investigación el reportero se convierte en parte importante de la historia. Es un tipo de periodismo personalista, dramatizado, en el que la implicación del periodista le otorga un papel preponderante en la investigación y en el resultado final de la misma. Cuando el periodista se infiltra vive la experiencia en primera persona y eso se refleja en el reportaje. De hecho, los textos resultantes son fruto de la subjetividad con la que ha vivido la situación. Desde el momento en que el periodista intenta comprender la realidad a partir de su propia experimentación, “deja su impronta en el texto, que puede alcanzar un alto grado de subjetividad, patente en un estilo narrativo, o bien en el uso de la primera persona, que confiere credibilidad al relato del narrador testigo y partícipe” (López y Fernández, 2013: 10).

En el periodismo de inmersión se necesitan periodistas con una acusada conciencia social. Tienen la pretensión de que sus descubrimientos provoquen alteraciones. “El periodista que se adentra en esta gran aventura suele estar comprometido con la idea de escribir para el cambio social, recuperando, así, esa vieja convicción de que el periodismo puede cambiar las cosas y, como consecuencia, el mundo” (*ibidem*).

Lo que se le debe exigir al periodista es una valoración muy responsable y mesurada de la necesidad de emplear esta técnica. Sólo en algunos casos está justificada y en muy pocos reportajes el resultado merece la pena. López y Fernández apelan a la responsabilidad social del periodista: “al reportero le asiste el ánimo de la denuncia social, la revelación de injusticias o, simplemente el descubrimiento de una información reservada” (2013: 36).

Normalmente, las infiltraciones periodísticas deberían responder a la imperiosa necesidad que tiene el periodista de desvelar una injusticia, sin embargo lo llamativo de esta técnica, a veces, provoca que se realice más por ser efectista que efectiva.

El 25 de febrero de 2001, el suplemento dominical de *El País* publicaba el reportaje “En Barcelona, con chilaba”. Lo firmaba la escritora y periodista Empar Moliner, que decidió hacerse pasar durante casi dos semanas por Malika, una inmigrante turca musulmana, sin trabajo y sin futuro. A lo largo de su inmersión relataba las peripecias que le iban sucediendo por las calles de Barcelona; abusos, discriminación y proposiciones indecentes. El trabajo está muy poco documentado y sí muy bien recreado. Parece más una novela de trece capítulos –cada uno de los

días interpretando a Malika— que un reportaje. Para María Jesús Casals simplemente, “no es un reportaje, no es periodismo. Ni contra-periodismo. Es un juego, vendido como espectáculo, propio de esos malos actores ‘a lo Wallraff’ que siempre tienen el recurso de la ducha confortable y tan higiénica” (2001: 212).

La verosimilitud de la infiltración dependerá, en buena parte, de la credibilidad del periodista y sobre todo de la cantidad y calidad de las evidencias que consiga para que su denuncia periodística tenga valor o no. No es suficiente con ofrecer un relato novelado de la vivencia del periodista.

La infiltración es rechazada por algunos profesionales porque supone utilizar el engaño para la obtención de la información. Son intransigentes con esta forma de periodismo y consideran que ninguna revelación periodística merece utilizar este tipo de técnicas.

Ya en el año 1978 el jurado del premio *Pulitzer* desaprobó las técnicas detectivescas por considerarlas fraudulentas para el acceso a la información. Para algunos la mentira no sirve nunca para obtener información y para otros, depende de cada caso. Kovach y Rosenstiel ponen tres condiciones necesarias para que el periodismo encubierto pueda estar justificado: que la información sea importante o vital para el interés público, que no haya otro medio para conseguir la información y que los periodistas le expliquen al lector, oyente o telespectador los motivos por los que se ha utilizado el engaño (2003: 116).

Somos partidarios de la infiltración, si se conoce que se está produciendo un hecho ilegal, discriminatorio o vejatorio, y no hay otro modo posible de hacerlo público que mediante esta técnica. Si con ese método de investigación se consigue una información totalmente veraz, relevante, de trascendencia social y que la sociedad tiene derecho a conocer, estaríamos ante un uso correcto de la infiltración. El resultado de esa investigación tiene que ser publicado, con las limitaciones lógicas que la ley imponga.

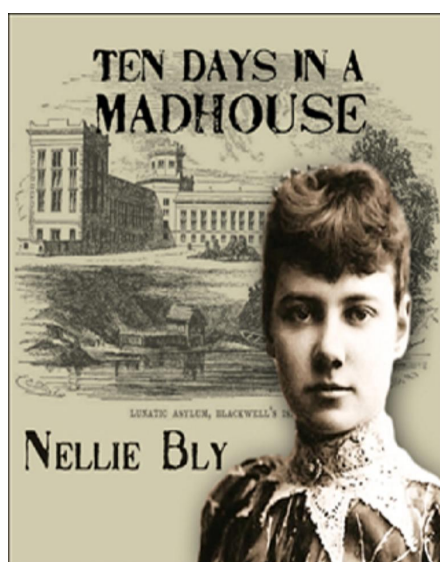
En algunos casos los periodistas pueden caer en la tentación de cobrar excesivo protagonismo y perder de vista el objetivo: denunciar algo que de otra forma sería imposible. Hay que evitar que la infiltración sea más importante que la información que se consigue con ella. Tiene que haber un equilibrio en el relato porque siempre lo más importante es lo que se quiere denunciar.

Esta técnica detectivesca, si partimos de la profesionalidad del periodista, tiene la ventaja de facilitar el acceso directo a la información, pero la tremenda

desventaja de que la suplantación se haga pública. El rastro del que se aventura a ser un infiltrado quedará siempre indeleble para el que ha sido víctima de sus investigaciones. La infiltración puede ser más o menos compleja, en función del tema y de las características de cada caso, pero siempre implica un riesgo personal para el periodista.

5.4.1.1. Nellie Bly: la primera infiltrada

El origen del periodismo encubierto tiene como pionera a Elizabeth Jane Cochran, más conocida por Nellie Bly (López y Fernández, 2013: 44). Esta mujer (1864-1922) se convirtió en una leyenda en EE. UU., gracias a la oportunidad que le ofreció Joseph *Pulitzer*, cuando era director del *New York World*⁴⁷.



(Figura 2: el rostro de Nellie Bly en la portada del libro

Diez días en el manicomio. Fuente: <http://www.kentonlibrary.org/2013>)

Nellie Bly cuenta en su libro *Diez días en el manicomio*, que en septiembre de 1887, el periódico le pidió que se internase en uno de los sanatorios para enfermos mentales de Nueva York, en la isla de Blackwell. Bly fue enviada con el encargo de

⁴⁷ Joseph Pulitzer adquirió este periódico en 1883 cuando pasaba por una fuerte crisis económica. Lo relanzó ofreciendo a sus lectores un periodismo más cercano, humano y popular. Su enfrentamiento con el otro magnate de la prensa norteamericana, William Randolph Hearst, dio lugar al modelo de periodismo amarillo o sensacionalista.

escribir una narrativa sencilla y sin barnices sobre el tratamiento a las pacientes y los métodos del centro.

Debía escribir una crónica fiel de las experiencias que viviera, y una vez que estuviese dentro de las paredes del manicomio tenía que investigar y describir su funcionamiento interno. Dijeron que yo planeara todos los pasos previos [...] debía adoptar el pseudónimo de Nellie Brown, cuyas iniciales bordadas en mi ropa interior, coincidían con las de mi nombre real (Bly, 2009: 13).

Este enfoque tan atrevido, a día de hoy, no resulta extraño, pero en aquel entonces era una idea novedosa que rompía con los cánones establecidos. Su trabajo consistió en infiltrarse como enferma mental en el centro para destapar las posibles irregularidades que se estuvieran cometiendo. Asumía así, que debía ocultar su profesión, para engañar a unos y a otros con tal de que su investigación fuera posible.

Para que su infiltración tuviera éxito debía preparar con todo detalle el papel que iba a desempeñar y poder conseguir que la declarasen enajenada mental. En su libro, *Diez días en el manicomio*, Nellie cuenta las peripecias que tuvo que pasar hasta lograr que la internaran en el centro. Su primer paso fue presentarse en un hogar para mujeres desamparadas donde permaneció varios días. Allí evidenció claros síntomas de locura que hicieron que fuera enviada a un juez. En un principio la trasladaron a un hospital y, más tarde, al sanatorio para enfermos mentales de Blackwell.

Una vez en el manicomio, Nellie describe con detalle cómo a una de las internas que se puso nerviosa “le dieron guantadas y le golpearon la cabeza con saña. Aquello hizo que la pobre criatura gritara más, de modo que la ahogaron. Sí, la ahogaron literalmente” (Bly, 2009: 121).

En el relato habla de malos tratos generalizados; palizas físicas hasta llegar a la muerte de alguna paciente, baños con cubos de agua helada, comida en muy mal estado, trato denigrante, y medicación a los enfermos hasta dejarles inconscientes. Ella misma sufrió en su cuerpo la ira de las cuidadoras. “Entre otras palizas que allí recibí, las enfermeras saltaron sobre mí en una ocasión rompiéndome dos costillas” (Bly, 2009: 136-137).

Después de diez días internada en Blackwell pudo salir del manicomio, tras la mediación de un abogado del periódico. A los pocos días, fue reclamada por el Gran

Jurado para que relatará lo que allí había vivido. Tras su declaración fue conducida hasta el manicomio para ser testigo de una inspección y para reproducir con los funcionarios los hechos que narraba en el reportaje. Además, sostuvo careos con las enfermeras del centro. Como suele pasar en estos casos, ante la visita de una inspección, en el manicomio todo estaba en perfecto orden de revista. A pesar de eso, el Gran Jurado creyó a Nellie. Se hicieron cambios muy notables en el centro y como consecuencia de su denuncia “se aprobó la donación de un millón de dólares adicional al año por el bien de los enfermos mentales” (Bly, 2009: 158).

Con Nellie Bly observamos las primeras muestras de estas técnicas detectivescas que se traducen en un periodismo más cercano, personalista, que no se conforma con escribir sobre lo que le cuentan sus fuentes, sino que quiere ser testigo y vivirlo en primera persona.

A Nelly le siguieron algunos periodistas que realizaron trabajos similares. Casi un siglo después, en 1978, Pamela Zeckman, trabajando para el *Chicago Tribune* realizó una investigación periodística junto a su compañero Zay .N. Smith, que sirvió para dismantelar a toda una red mafiosa que extorsionaba a los pequeños empresarios de la ciudad. Para ello se hicieron pasar por dueños de un bar, “El Mirage”, que tuvieron que alquilar y reformar para la ocasión, y así demostrar que los funcionarios encargados de inspeccionar los negocios pedían cantidades de dinero a los comerciantes, a cambio de ignorar las deficiencias o irregularidades de los locales. Ambos periodistas utilizaron cámaras ocultas para grabar lo que allí sucedía.

Zeckman y Smith documentaron minuciosamente la investigación, e incluso habilitaron en la taberna un pequeño escondite donde instalaron cámaras ocultas y donde los fotógrafos podían tomar imágenes de las visitas de los inspectores sin ser vistos. A raíz de la publicación de estas informaciones, algunos inspectores fueron despedidos y otros enjuiciados (López y Fernández, 2013: 129).

5.4.1.2. Gunter Wallraff: el periodista del pueblo

Quizá el ejemplo más significativo de periodista infiltrado sea Gunter Wallraff, un alemán que en los años sesenta y setenta puso de moda en Europa esta práctica de la infiltración y que todavía hoy sigue realizando. Según Wallraff, el valor añadido

de esta forma de periodismo reside en que no se limita a constatar los hechos, “sino que retransmite estos hechos con la densidad de la vivencia y ofrece la prueba de su autenticidad. No se contenta con dar a una gran audiencia unos hechos poco conocidos, sucede también que descubre algunos hechos cuyo secreto es celosamente guardado” (1979: 12).

Una de sus más notables investigaciones fue su infiltración como redactor en el periódico alemán *Bild Zeitung* para denunciar el criterio manipulador, sensacionalista, morboso y partidista que imperaba en este diario. Con el nombre de Hans Esser, un economista y psicólogo de treinta años, entró a formar parte de la plantilla gracias a la mediación de un redactor que quería “que el mayor numero posible de lectores de *Bild*, supieran cómo se hace su diario en realidad” (Wallraff, 1979: 175).

Wallraff, en su libro *El periodista indeseable* relataba que en la entrevista de trabajo le fue suficiente con presentarse como un tipo sin escrúpulos y con la fórmula “sangre-sexo”⁴⁸ grabada a fuego en su cabeza. Eso sí, aseguró no haber trabajado antes como periodista. Estuvo durante cuatro meses en la redacción de la delegación del *Bild*, en Hannover, tiempo suficiente como para escribir un libro plagado de detalles que ponían al descubierto las vergüenzas del periódico con mayor tirada de la República Federal de Alemania.

La tapadera de Wallraff fue descubierta a los cuatro meses, cuando una revista publicó que trabajaba de incógnito en *Bild*. El periódico se apresuró a escribir una información que titulaba: “Comunista salido de la sombra, se ha introducido entre nosotros”.

Lógicamente, y tras atacar duramente a un grupo de comunicación tan potente como *Springer*⁴⁹, Wallraff tuvo que soportar una campaña con todo tipo de críticas sobre sus métodos periodísticos y defenderse legalmente de varias denuncias, que acabó ganando. Eso sí, sufrió el castigo de la censura y se vio obligado a cercenar parte de su trabajo. Fue acusado de comunista, mentiroso, chivato, entre otros adjetivos denigrantes. Hay que elogiar la valentía de cualquier profesional para criticar a los de su gremio, pero lo de Wallraff fue más allá. Se jugó

⁴⁸ El *Bild* utilizaba esta fórmula basada en ofrecer muchas noticias de sucesos sangrientos e informaciones con un alto contenido sexual.

⁴⁹ Axel Springer es un grupo editorial alemán fundado en 1946. Su enorme capacidad de difusión le convierte en uno de los más importantes de Europa. Es propietario de periódicos, revistas, televisiones, radios y sitios *web* en todo el mundo.

su futuro profesional y personal con esa investigación. Hubiera sido imposible plantear la publicación de ese reportaje a cualquier otro medio y por eso dio a conocer la historia a través de un libro: *Primera plana. El hombre que fue en Bild* Hans Esser, publicado en 1977.

Toda su vida ha sido un *free lance* que ha trabajado por su cuenta. Eso le ha otorgado la independencia que cualquier periodista de investigación necesita. Pero su mayor patrimonio y sobre todo, su aval para protegerse de los investigados eran sus evidencias, sus pruebas y sus datos incontestables. Su trabajo estaba perfectamente documentado:

La fuerza de Wallraff residía en la sobriedad de su estilo explicativo, sin concesiones estilísticas, en el rigor del relato con nombres de personas, lugares, fechas, dichos y hechos. Documentaba exhaustivamente sus relatos para que el lector pudiera comprender la cara oculta de la realidad (Casals, 2001: 211).

Quizá su obra más emblemática sea su libro *Cabeza de turco* para cuyo relato se hizo pasar, durante más de dos años, por un inmigrante turco que buscaba trabajo en la República Federal de Alemania de 1980. El resultado es un narración sobre sus experiencias personales en los distintos trabajos que desempeñó, y una esclarecedora denuncia de la discriminación y explotación que sufrían los empleados extranjeros.



(Figura 3: Gunter Wallraff caracterizado como un trabajador inmigrante para su libro *Cabeza de turco*. Fuente: *Cabeza de turco*)

Los métodos utilizados por Wallraff han sido criticados muy duramente por los implicados en sus investigaciones y por algunos compañeros de la profesión. El periodista, del programa de TVE *Informe Semanal*, Manuel Artero, rechaza la

infiltración como sistema de trabajo: “El periodista ha de presentarse ante todos como periodista y, por tanto, no vale para el oficio conseguir ni tan siquiera una exclusiva, si para ello el periodista ha debido presentarse como barrendero, constructor o intermediario bursátil” (2004: 36).

Sin embargo, elogia en su libro un reportaje con cámara oculta titulado, “El veneno de las sectas”⁵⁰, en el que alguien tuvo que hacerse pasar por lo que no era, para grabar las imágenes de los rituales de una secta. Es más, en el texto comenta que la cámara oculta “es una de las bazas más importantes del reportaje de investigación” (Artero, 2004: 120).

Por su parte Wallraff sostiene que “el método elegido es muy poco ilegal en relación a los subterfugios y las maniobras ilegales que de este modo he desvelado” (1979: 12).

A Wallraff, sus detractores, también le han calificado de periodista militante. Él nunca ha negado que sus trabajos tuvieran una intencionalidad previa. Desde el momento en que escogía denunciar algo, ya se estaba posicionando. Además, el método de la infiltración significa que el periodista está muy convencido de lo que quiere denunciar, porque el riesgo que va a correr merece la pena. Wallraff ya afirmaba en una entrevista a el diario *El Mundo* que no creía en la objetividad y defendía el legítimo derecho a opinar del periodista “mientras se aclare que es una opinión y no la verdad” (Wallraff, 2008).

Su naturaleza camaleónica, su osadía y su constancia le han permitido realizar numerosos trabajos de infiltración periodística durante más de cuarenta años. En su último reportaje, en 2009, Wallraff se hizo pasar por un refugiado somalí, y haciendo un paralelismo con un ciudadano alemán, quiso demostrar cómo en determinado tipo de situaciones le discriminaban por ser negro. En esta ocasión lo grabó todo con una cámara oculta y el resultado es el documental titulado, “Negro sobre blanco”. Fue difundido por la cadena franco-alemana ARTE, pero no tuvo ni la repercusión ni el éxito de sus anteriores trabajos.

⁵⁰ Este reportaje se emitió en 1995 en un programa especial de *Informe Semanal* (TVE 1) dedicado a las sectas.

5.4.1.3. Infiltrados españoles

Pepe Rodríguez

En España también tenemos algunos ejemplos de periodistas que han utilizado las técnicas detectivescas. Pepe Rodríguez, periodista y autor de algunos notables trabajos de investigación en los que utilizó la infiltración, asegura que “la infiltración del propio periodista en el centro del hecho investigado es una técnica muy efectiva pero altamente arriesgada” (1994: 139). Requiere, inevitablemente, que el periodista adopte otra identidad con la intención de poder informar sin ser reconocido como informante. Además, añade, que no vale con pasar unas horas infiltrado, sino que es necesario un tiempo más o menos largo –dos o tres meses– para poder conocer bien la realidad de la que se quiere informar.

Pepe Rodríguez comenzó su carrera como periodista haciendo pequeños trabajos que podríamos llamar de demostración. Por ejemplo, ocultaba su condición de periodista y se hacía pasar por fotógrafo para comprobar si en un estudio de fotografía había un prostíbulo encubierto; o fingía ser diabético para descubrir las malas prácticas de un naturópata, que decía curar esa enfermedad sin insulina.

Más tarde continuó con investigaciones más arriesgadas. Su primer trabajo importante lo lleva a cabo en el año 1979, cuando empezó a publicar artículos sobre las sectas destructivas que operaban en España. “Su bautizo de fuego fue sobre la secta *Hare Krishna*. Era la primera vez en España, que desde un medio de comunicación, se denunciaban las torturas psíquicas y físicas que sufrían los jóvenes adeptos de la secta hasta a acabar por convertirlos en auténticos esclavos del líder” (Quesada, 1997: 175).

Pepe Rodríguez era especialmente meticuloso en los procesos previos a la infiltración y dedicaba una singular importancia a la adecuada preparación que debe tener el periodista para poder adoptar otra personalidad. No valía con disfrazarse o teñirse el pelo, había que encarnar un papel para no ser descubierto. Su ámbito de actuación fueron las sectas destructivas y se aseguró de conocer muy bien su funcionamiento orgánico, sus normas, sus lemas, y sobre todo preparó muy bien su coartada. Así lo hizo cuando se infiltró en 1980 en la secta místico-fascista del coreano, Sun Myung Moon, en su rama instalada en España. “Para diseñar mi personalidad tomé en consideración los gustos preferidos de la secta. Así, me

convertí en un universitario, hijo de un empresario millonario, independiente, de ideología anticomunista [...] en quince días ya era *el Hermano José* y vivía en la comunidad como uno más” (Rodríguez, 1994: 143).

La investigación de esta secta culminó con la publicación del libro *La Conspiración Moon*. Según Rodríguez, la infiltración, la recopilación de todos los datos y la construcción del relato le llevó ocho años.

Pepe Rodríguez, no ha sido el único que ha optado por utilizar la técnica de la infiltración. El mismo, recuerda a Xavier Vinader, especializado en grupos políticos extremistas que, durante años, investigó las tramas ultras, “llegó a ser militante con carnet de grupos fascistas y a moverse entre ellos como un camarada más” (Rodríguez, 1994: 144).

En los últimos años, el periodista que más ha utilizado la técnica de la infiltración ha sido Antonio Salas. Un auténtico fenómeno mediático que vendió miles de libros sobre sus trabajos periodísticos y cuyos reportajes televisivos fueron líderes de audiencia.

Antonio Salas

Antonio Salas es el pseudónimo del periodista español que más y con mayor éxito ha utilizado la técnica de la infiltración. Sus inicios en el periodismo los dedicó a asuntos ligados con la parapsicología y los fenómenos paranormales. Colaboraba con revistas y programas que trataban apariciones marianas o avistamientos ovnis, algo similar a lo que hacía Pepe Rodríguez.

Antonio Salas, seguidor de los hallazgos de Pepe Rodríguez en el mundo de las sectas, decidió cambiar su identidad y transformarse en un *skin head*⁵¹ para realizar un reportaje de investigación sobre estos grupos cuyos comportamientos también eran muy sectarios. Su objetivo era infiltrarse en los *skins*, vinculados con los equipos de fútbol. Algo que ya habían hecho otros periodistas como Donal Macintyre⁵², en un reportaje para la BBC llamado “*Hooligans* al descubierto”. Era una tarea muy complicada, porque es conocida la violencia con la que se emplean estos

⁵¹ Los *skin head* son los cabezas rapadas de ideología fascista que siguen los preceptos del nazismo.

⁵² Periodista de la BBC que realizó en 1999 un trabajo de investigación sobre los hinchas más agresivos del fútbol inglés. Se infiltró entre los *skin heads* del Chelsea FC y grabó con una cámara oculta sus violentas acciones.

cabezas rapadas y lo difícil que es acceder a ellos. Su intención periodística era mostrar cómo eran, cómo actuaban, y cómo se organizaban estos grupos radicales, a los que algunos equipos de fútbol parecía que protegían y amparaban.

Antonio Salas se transformó con el propósito de parecer un *skin* más. Se rapó al cero, se vistió como uno de ellos: cazadora *Bomber*, botas de militar, símbolos nazis, y contactó con los cabecillas a través de internet. Fue por medio de la red, como conoció a los miembros de estos grupos radicales. En los capítulos iniciales del libro *Diario de un skin* hablaba de la infiltración como un “proceso de mutación muy similar al de un actor cuando prepara un papel” (Salas, 2003: 15).

Poco a poco, fue conociendo a ultras que le introdujeron en el ambiente hasta conectar con los líderes de “ultrassur”, (el grupo radical de seguidores del Real Madrid). A partir de ese momento, y portando una cámara oculta, su trabajo de investigación se centró en radiografiar de qué manera actuaban estos *skins* y si realizaban su actividad delictiva en connivencia con el club. El riesgo era mayúsculo, no sólo por el peligro que corría si era descubierto, sino porque una vez que se emitiera ese reportaje los investigados sabrían quién les había traicionado. Era, por tanto, un trabajo que dejaba huella, puesto que se arriesgaba a no volver a llevar una vida normal. Sobre él, siempre pesaría la amenaza de aquellas personas a las que grabó.

Antonio Salas siempre ha manifestado su temor y desconfianza después de este reportaje. Asegura que fue amenazado por la cúpula de los “ultrassur” y de hecho la policía le declaró testigo protegido. Desde entonces, no ha podido recuperar su verdadera identidad; no muestra su rostro en público y sus apariciones televisivas siempre han sido con la cara cubierta y con la voz distorsionada.



(Figura 4: Antonio Salas oculta su rostro para no ser reconocido durante una entrevista. Fuente: La Sexta)

Además de la publicación del libro *Diario de un skin*, se realizó un reportaje con el mismo nombre que emitió Telecinco en septiembre de 2003. Fue completado por el equipo del programa *Infiltrados*⁵³ de SALTA y obtuvo un 23,4% de *share*. El reportaje combinaba las secuencias de cámara oculta de la infiltración de Antonio Salas, con imágenes de la violencia ultra, testimonios de aficionados agredidos por los “ultrassur” y con declaraciones de expertos como Esteban Ibarra, presidente del movimiento contra la intolerancia.

El trabajo periodístico era valioso porque el tema tenía relevancia social y se ofrecían aspectos interesantes de una realidad que se quería ocultar. Se denunciaban hechos ilegales, se ponían en evidencia y se constataban irregularidades de personas e instituciones.

Para Javier Chicote (2006), que critica abiertamente el afán de protagonismo y egocentrismo de Antonio Salas, el resultado de su infiltración no es periodismo de investigación, si bien reconoce que obtuvo información relevante sobre los grupos neonazis y logró llamar la atención sobre un problema existente en nuestra sociedad. Es cierto, no obstante, que parte de sus investigaciones sirvieron a la policía para identificar y tener más controlados a los cabecillas de este grupo de radicales y que “aportó información clave para el juicio contra la organización nazi *Hammerskin*”⁵⁴. Recientemente el Tribunal Constitucional ha ratificado la sentencia que condena a estos neonazis por asociación ilícita.

En el reportaje televisivo queda patente el riesgo que corrió con este trabajo y de las consecuencias que tuvo para su vida personal. También es cierto que esa servidumbre la supo aprovechar como técnica de marketing y promoción de su libro *Diario de un skin*. De hecho, son constantes en el texto estas referencias al peligro que tuvo que sortear durante su infiltración y, desgraciadamente, menos cuantiosos los descubrimientos periodísticos. Y es que, en este caso, estamos ante un documento más sociológico que periodístico. Es un ejercicio muy valeroso de observación, desde dentro, del comportamiento de un grupo radical.

⁵³ Programa producido por SALTA, filial de Atlas, la agencia de noticias de la que es propietaria el Grupo Mediaset España. SALTA Producciones se dedicaba a la creación y producción de programas para la distribución a las cadenas de televisión. En la actualidad ya no existe.

⁵⁴ Los *Hammerskin* eran una organización neonazi que promovía el odio y la violencia contra el diferente. En febrero de 2004 la Guardia Civil detuvo en la “operación puñal” a dieciséis de sus miembros.

Tras esta incursión en el mundo de la ultraderecha, Antonio Salas apostó por otro terreno controvertido y televisivo, el de la prostitución. Realizó dos trabajos de diferente dimensión para los que se hizo pasar por proxeneta: “Esclavas del vudú” y “El año que trafiqué con mujeres”. Ambos reportajes se emitieron con la cabecera del programa *Diario de...*

Su última infiltración, fue sin duda la más ambiciosa y más complicada. Estuvo durante seis años intentando convertirse en un radical islámico. Aprendió a hablar árabe, se dejó una larga barba y, como cuenta en su libro, *El Palestino*, hasta tuvo que circuncidarse para facilitar su ingreso en este peligroso círculo. El resultado de su investigación, grabada con cámara oculta, también tuvo su adaptación a la televisión. En concreto, su trabajo se emitió en Antena 3 TV, el 20 de octubre de 2010. La audiencia no le acompañó esta vez. Obtuvo un 10,5% de *share* y 783.000 espectadores.

Antonio Salas es el principal representante español del periodismo de infiltración en televisión, un medio que se presta, quizá como ningún otro a este tipo de métodos de investigación. Para López y Fernández la infiltración televisada es ir un paso más allá: “el periodismo de inmersión adquiere en el medio televisivo una nueva dimensión, en la medida que ofrece una ventana al espectador desde la que contemplar con sus propios ojos las vivencias experimentadas por el periodista en su proceso de inmersión” (2013: 80).

Para mostrar televisivamente estas prácticas detectivescas llevadas a cabo por periodistas camuflados es absolutamente necesaria la cámara oculta. Una herramienta que permite captar el vídeo y el audio sin ser descubierto, y así contarle y enseñarle al telespectador el resultado de la investigación.

5.4.2. La cámara oculta

Esta cámara tiene la característica de ir escondida para no ser vista por nadie. Puede ir en un bolso, en una maleta, en el bolsillo de una bata, en la solapa de una chaqueta, en un reloj, en un bolígrafo, de tal forma que en función de lo que se quiera grabar pueda adaptarse a la situación. Los periodistas la utilizamos con el fin de captar el vídeo y el audio de manera secreta. Esta ocultación de la cámara permite grabar algo tal y como está sucediendo, ya que su visibilidad impediría, con toda seguridad, que se mostraran los hechos tal y como son realmente.



(Figura 5: bolso preparado para la colocación de una cámara oculta. Fuente: elaboración propia).



(Figura 6: lugar donde va colocado el objetivo de la cámara oculta. Fuente: elaboración propia)

Los primeros trabajos con cámara oculta en el ámbito del periodismo de investigación los encontramos en Estados Unidos. “Desde mediados de los años ochenta, proliferan los reportajes con cámara oculta, gracias al uso de equipos especiales: micrófonos inalámbricos, transmisores y cámaras de reducido tamaño” (Avilés, 1996: 231).

La cámara oculta se utilizó en EE. UU. con cierta frecuencia para destapar fraudes a los consumidores y usuarios: joyeros que cambiaban diamantes por piedras sin valor, mecánicos que engañaban a sus clientes, restaurantes que no cumplían las normas básicas de higiene, etcétera. Estafas o engaños que eran demostrados con este dispositivo audiovisual por los periodistas.

En España, comienza a utilizarse esporádicamente la cámara oculta en la primera mitad de la década de los noventa. Programas como *Informe Semanal* o *Línea 900* la empleaban muy puntualmente. El uso generalizado no se produce hasta finales de la década con la aparición de la productora El Mundo TV. Buena parte de los programas que llevaban la etiqueta de “investigación” se valían de este

recurso para conseguir grabar imágenes de algún escándalo, o buscar pruebas que confirmaran una sospecha. A veces, era inevitable tener que utilizar este método para demostrar que alguien estaba cometiendo un acto ilícito, o que una empresa se dedicaba a estafar a sus clientes. Alguno de los mejores reportajes de investigación no hubieran sido posibles sin el correcto uso de la cámara oculta.

La cámara oculta está estrechamente ligada al periodismo de investigación en televisión, pero eso no quiere decir que no se puedan hacer buenos reportajes sin esta herramienta, ni que el uso de ella signifique indefectiblemente que estemos ante un trabajo de investigación. El periodismo de investigación en televisión no es sólo periodismo de cámara oculta, eso una simplificación muy propia de quien no se ha parado a estudiar caso por caso el empleo de esta cámara.

La razón básica y originaria de su uso es la obvia: el poder disponer de imágenes que demuestren los hechos investigados. Si Gunter Wallraff hubiera trabajado para la televisión, no le hubiera bastado con su testimonio para contar cómo era explotado laboralmente, sino que hubiera necesitado imágenes que lo probaran.

La cámara oculta, como técnica de camuflaje, otorga una mayor espectacularidad a lo que está pasando. El periodista que consigue esas imágenes, a veces de forma muy complicada, otras no tanto, muestra de manera personalizada una situación tal y como es, sin objetivos, ni luces, ni micrófonos. Entre el reportero y la persona investigada, no hay elementos audiovisuales visibles, por lo que todo adquiere un carácter más realista. La cámara oculta y el tratamiento que se le da, genera una proximidad del espectador con los hechos, que no se consigue con una narrativa visual convencional. Parece que las cosas están pasando aquí y ahora, y aunque esté grabado a miles de kilómetros de distancia, da la sensación de cercanía. La propia textura de la imagen grabada, los subtítulos que la acompañan, la mala calidad del sonido, ya son signos reconocibles por el espectador. Son aspectos técnicos que acompañan a este tipo de grabaciones y que las hacen catalogables e identificables. La grabación con cámara oculta proyecta una sensación de realismo que el espectador nota desde el primer momento.

El uso de la cámara oculta, o la grabación de manera simulada, acerca la realidad al espectador. Tras el mito de la cercanía, de la transparencia total, se genera una 'ilusión de verdad'. El espectador tiene la impresión de estar

compartiendo el acontecimiento gracias a que se muestra mientras sucede ante sus ojos (Avilés, 2004: 44).

Es cierto que el uso de la cámara oculta da una sensación de veracidad, realismo tal que el espectador se queda atrapado por la imagen. El hecho de que esté grabado sin el consentimiento de la persona investigada es lo que proporciona ese incremento de autenticidad que atrae al televidente. Además, el reportero, al estar presente en la narración y ser participe de lo que está sucediendo, dota de mayor verosimilitud a lo que esta pasando.

La cámara oculta no tiene porque ser siempre utilizada en el periodismo de inmersión; su uso puede ceñirse, puntualmente, a la obtención de unas imágenes que tengan valor por si mismas. Imaginemos que nos denuncian el deplorable estado de unos juzgados en los que se instruye un caso de alto interés social; goteras, papeles tirados por todos los sitios, documentos apilados hasta en el baño, falta de personal. Si logramos entrar en ese recinto y grabar esas imágenes tendremos un documento muy valioso, que puede servir como prueba para denunciar el, al menos, cuestionable estado de ese juzgado.

Además de su fácil acoplamiento al medio, la cámara oculta, en su uso más convencional, permite conseguir imágenes que sirven de prueba. El periodismo de investigación necesita documentos, datos, evidencias, testimonios que demuestren la veracidad de lo que cuenta y con la cámara oculta tiene una herramienta más. Usada correctamente, su importancia es innegable.

La *Society of Professional Journalists* (SPJ)⁵⁵ advierte de que el uso de la cámara oculta esta justificado en las siguientes situaciones:

- Cuando la información obtenida es de enorme importancia e interés público; afecta a millones de personas y elevadas sumas de dinero, o produce graves consecuencias.
- Si se agotan las alternativas para lograr la información y los periodistas están dispuestos a revelar al público las razones que justifican emplear la cámara oculta.

⁵⁵ Sociedad de periodistas profesionales creada en 1909 por periodistas de EE. UU. (SPJ, 2014)

- Previa supervisión del director de informativos antes de iniciar cualquier grabación de este género.

Estos son algunos de los motivos por los que está justificado el empleo de la cámara oculta. Pero es un asunto que no se resuelve en términos absolutos, sino que cada caso está sometido a discusión. Es frecuente observar un uso indebido de la cámara oculta con fines muy distintos al adecuado.

Las grandes mejoras tecnológicas han llevado a la sofisticación de unos aparatos más manejables, más baratos, más seguros y más fáciles de disimular. La irresponsabilidad de los dirigentes de los medios y la ausencia de una regulación ha provocado que el empleo de estas cámaras haya sido, en muchos casos, generalizada y muy cuestionable. Esta situación de uso indiscriminado de la cámara oculta ha originado un debate continuo entre los profesionales. Esta discusión a la que nos referimos, la refleja de manera bastante fidedigna el periodista Xavier Brichs, en las distintas entrevistas a miembros de equipos de programas de reportajes. Así Joan Salvat, director del *30 minuts* ⁵⁶, cree que es un arma más que tenemos los periodistas y que está bien utilizarla, siempre que sea de una manera justificada. Recuerda que la han empleado en diferentes reportajes en los que era la única manera de tener acceso a determinadas imágenes, como por ejemplo; el caso de los manteros de Mallorca, el tema de las subastas, la prostitución o una secta que se estaba instalando en Barcelona (Brichs, 2003).

Por su parte Manuel Marlasca, reconocido periodista de sucesos y que en la actualidad es el jefe de reportajes de investigación de La Sexta, asegura que nunca ha tenido la necesidad de utilizar la cámara oculta y está convencido de que la proliferación de estos dispositivos “ha puesto en serio peligro algo tan sagrado como la confianza entre los periodistas y las fuentes” (2012: 27).

La investigadora M^a Teresa Mercado también es muy crítica con la proliferación de lo que llama pseudoreportajes de investigación “basados en el uso de cámaras ocultas y que precisamente, en la mayoría de los casos, convierten este recurso o técnica periodística en el rasgo que los autodefine como periodismo de investigación, olvidando precisamente los rasgos que lo definen” (2004: 62). Se refiere a programas que emplean la cámara oculta como reclamo publicitario, pero

⁵⁶ Programa de reportajes emitido desde el año 1984 en la cadena autonómica TV3.

que su uso no descubre ningún hecho ilegal o denuncia nada en concreto. Describe un nuevo formato televisivo dentro del macrogénero, *el infoshow o infotainment* basado en la hibridación del reportaje de investigación con cámara oculta, con el debate y la entrevista en plató. Se refiere a programas como *Al descubierto* o *A corazón abierto*, emitidos a principios de la década del 2000:

Mezclaban la emisión de imágenes obtenidas mediante cámara oculta con el debate: no ofrecían un reportaje montado, sino que se presentaban fragmentos “significativos” de ese reportaje, que eran comentados por tertulianos y polemistas profesionales, enfrentándose a los protagonistas o implicados que acudían al plató (Mercado, 2004: 63).

Hay una cierta tendencia a que estos programas sean promocionados por las cadenas como un espectáculo con fines puramente comerciales. Bajo la denominación de reportaje de cámara oculta se esconde una suerte de realidad que supera a la que se pueda ofrecer con el formato convencional. Esta dinámica a quien perjudica es al profesional, que debe “espectacularizar” su relato, hasta convertirlo en un burdo entretenimiento en el que se pierden los valores que definen al periodismo de investigación.

6. EVOLUCIÓN DE LOS REPORTAJES DE INVESTIGACIÓN EN TELEVISIÓN

Habría que volver a situarse en EE. UU. para encontrar los primeros antecedentes del periodismo de investigación en televisión. Como siempre, al socaire de la prensa y con sus limitaciones técnicas, la televisión americana no tiene un referente tan claro como sucede en los medios impresos con el caso *Watergate*.

6.1. Los inicios en EE. UU.

El primero en hacer periodismo de investigación para televisión fue Edward S. Murrow, autor del reportaje "*Harvest of Shame*" que contaba, en un extenso trabajo documental, las lamentables condiciones de los inmigrantes ilegales, en su mayoría mexicanos, que trabajaban como temporeros en Florida. La investigación se emitió por la cadena CBS el 25 de noviembre de 1960. Ferrán Lalueza considera el trabajo de Murrow como "la obra primigenia del periodismo de investigación en televisión [...] A pesar de ser un programa semanal y con ciertos defectos es un referente ineludible para los futuros trabajos televisivos de la modalidad (2003: 46-47).

Previamente, en la década de los cincuenta, Murrow había puesto en marcha *See it now*, un programa, para la CBS, también semanal que trataba la actualidad con un tono hasta entonces desconocido. El periodista Joan Úbeda, en su análisis sobre los programas de televisión norteamericanos, asegura que "fue el primer programa que se atrevía a hablar de temas polémicos y de actualidad con un análisis crítico del contexto y con una mentalidad más periodística que divulgativa o de entretenimiento" (1993: 37).

Fue, precisamente, un colaborador de Edward S. Murrow, Jack Macmullen, "el prototipo de reportero de investigación en estado puro. No aceptaba plazos preestablecidos para la emisión de sus trabajos y fue pionero en el uso de la cámara oculta dentro de la modalidad" (Lalueza, 2003: 49). Utilizó una cámara de 8 mm, que escondía en la caja de su almuerzo, para grabar la existencia de un local clandestino de apuestas que existía en Boston. Los delincuentes actuaban con la connivencia de policías corruptos. El reportaje llamado *Biography of a Bookie Joint* (biografía de un corredor de apuestas) se emitió en la CBS en 1961.

6.1.1. El programa *60 minutes*

El programa más conocido y que con más frecuencia ha realizado este tipo de periodismo ha sido *60 minutes*, también de la CBS. Nació en Septiembre de 1968, con la idea de sacar del ostracismo al periodismo informativo y ofrecer una alternativa al documental, imperante en aquella época. Su creador, Don Hewitt, diseñó un formato muy definido que ha mantenido casi inalterable en sus más de cuarenta años de vida: tres reportajes de unos trece minutos cada uno. Para Hewitt no había nada que no se pudiese contar sintetizado en ese tiempo.

El lema del *60 minutes* era "Nosotros no cubrimos temas, explicamos historias". La elección de un reportaje dependía en gran parte de la persona que lo iba a protagonizar o de los individuos que iban a participar en el mismo. No elegían un tema por su importancia, lo escogían en función de lo interesante que pudiera resultar la historia y fascinante el protagonista que la iba a narrar.

Una de las principales novedades que introdujo fue la participación activa de los periodistas en los reportajes. El reportero se involucraba en la historia y formaba parte de ella. Hasta el punto, de que la clave del éxito era "conseguir que el público se interesara más por el mensajero que por el mensaje" (Úbeda, 1993: 171). Don Hewitt quería que sus reporteros, cuando los reportajes lo requerían, fueran los protagonistas. Para el director de *60 minutes* el narrador estaba por encima del contenido (qué ha pasado) y de la forma (cómo ha pasado) (Úbeda: 1993:170).

A veces el formato presentaba modificaciones y ofrecía entrevistas exclusivas de gran alcance. La mayoría eran a personajes bastante inaccesibles como al líder iraní Ayatolá Jomeini, al matrimonio Clinton –tras la infidelidad del presidente de los EE. UU. con Mónica Lewinsky–, o al presidente ruso Boris Yeltsin, al que entrevistaron mientras pasaba un fin de semana en su casa de campo a las afueras de Moscú⁵⁷.

También, en contadas ocasiones, realizó especiales monográficos sobre temas de gran trascendencia, como el cáncer, el terrorismo internacional o sobre el empleo de las armas de fuego en EE. UU.

⁵⁷ Entrevista realizada en 1992. La reportera Leslie Stahl se citaba con Boris Yeltsin, un sábado por la mañana, mientras este jugaba al tenis con sus nietos. Yeltsin alternaba las respuestas con el partido, hasta que decidió cortar la entrevista, molesto por las preguntas de la reportera.

60 minutes, estuvo durante veintitrés años entre los diez programas más vistos de la televisión americana y se convirtió en un auténtico referente tanto para los espectadores como para los hombres más influyentes del mundo, que sabían de la importancia de salir en el programa. Empresarios como Donald Trump o Malcom Forbes, directores de cine como Woody Allen o Federico Fellini, y personajes de la cultura como Norman Mailer o Isaac Stern, fueron entrevistados en el *60 minutes*.

Nunca un programa informativo tuvo tanto éxito, y acabó con el mito que los programas de este género no son rentables en televisión. Por esa razón le salieron gran cantidad de imitadores. Como veremos en capítulos posteriores, *Diario de...* nuestro objeto de estudio, utilizó algunas de las técnicas empleadas por *60 minutes* para lograr que un espacio informativo concitara la atención del gran público.

La mayoría de los trabajos de este programa no se pueden etiquetar como de periodismo de investigación. Joan Úbeda clasifica el tipo de reportajes de *60 minutes* en cinco grandes grupos: “Investigación y denuncia, entrevistas y retratos, personajes positivos, polémicas y ensayos” (1993: 164). Los primeros son los más característicos del programa y los que más contribuyeron a su éxito, según señala.

Úbeda pone tres ejemplos de reportajes de investigación y denuncia. El más interesante es el de “*Lenell Geter’s in Jail*” (Lenell Geter está en la cárcel), la historia de un inocente condenado por error en el Estado de Texas. Gracias a la investigación del programa, Lenell Geter, un ingeniero de raza negra, condenado a cadena perpetua por asaltar un restaurante, fue puesto en libertad. *60 minutes* demostró, gracias a las pruebas que no se habían tenido en cuenta, y a los testimonios de testigos a los que no se había interrogado, que Lenell era inocente y una víctima del racismo existente. El reportero Morley Safer entrevistó en prisión a Lenell, y durante siete meses hizo el trabajo que las autoridades judiciales y policiales de Texas no habían realizado. Morley aseguró que fue el reportaje del que se siente más orgulloso de todos los realizados para el *60 minutes* (www.cbsnews.com, 2011).

Uno de los aspectos más interesantes de *60 minutes* era la rigurosa labor de planificación, producción e investigación de los reportajes o entrevistas que realizaba. Su presupuesto se lo permitía e incluía “llamadas telefónicas, consultas de prensa y libros, viajes al lugar del rodaje para obtener información de primera mano, localizaciones para las grabaciones y sobre todo seleccionar a los posibles personajes que se iba a entrevistar” (Úbeda, 1993: 197).

El escritor peruano Mario Vargas Llosa escribía, en el diario *El País*, que le propusieron hacer una entrevista y que los días previos a la misma un equipo de reporteros se trasladó a Lima para documentarse y estudiar todo lo relacionado con el escritor. Añadía que, aunque un poco molesto, resultó un ejemplo de rigor y profesionalidad por parte del programa.

Nunca imaginé, cuando accedí a aparecer en *60 minutes*, en 1989, lo que me esperaba. Una productora, rodeada de un equipo de investigadores, desembarcó en Lima, y durante dos semanas sometió a mis familiares, amigos y enemigos, y toda clase de gente capaz de dar informes sobre mi persona, a una verdadera inquisición sobre mi pasado, presente y futuro (Vargas Llosa, 28-11-1999).

Uno de los casos más polémicos que afectó a este espacio fue un reportaje sobre el tabaco que sirvió de argumento para la película *El Dilema*⁵⁸. Un productor de *60 minutes* logró entrevistar a un ex ejecutivo de una de las principales tabaquerías norteamericanas (*Brown and Williamson*) que le relataba los experimentos poco éticos que realizaban con los aditivos de los cigarrillos. La cadena CBS prohibió la emisión del reportaje ante el temor de sufrir las represalias judiciales de la compañía.

Hay algunos hábitos periodísticos que se le han criticado a *60 minutes* y que tienen que ver con las concesiones al espectáculo que hacía el programa. Uno de ellos era la excesiva teatralización de su reporteros. En ocasiones la presencia del periodista en pantalla eclipsaba la información e iba en detrimento de la calidad del reportaje. Don Hewitt llamaba a los reporteros “mis tigres” y figuraban cada año en la lista de los personajes más populares del país. “El espectador encendía el televisor para ver a quién cogían Mike, Morley, Harry o Ed aquella semana. El periodismo de investigación, particularmente el televisivo, se convierte, por tanto, en un medio para servir al bien público y, al mismo tiempo, ganar audiencia” (Kovach y Rosenstiel, 2003: 167).

Otra rutina de trabajo que tenía sus detractores era el denominado “periodismo de emboscada” o lo que también se pueden llamar “asaltos”. La agresividad de los reporteros hacía que buscaran la respuesta de los protagonistas

⁵⁸ Película dirigida por Michael Mann en 1999, basada en hechos reales, que relata las peripecias de un productor del programa *60 minutes*, representado por Al Pacino, para conseguir denunciar las ilegalidades de una empresa de tabaco.

aún sin el consentimiento del entrevistado. Le “asaltaban” con las cámaras a la salida de su casa o del trabajo y le interrogaban, más que preguntarle.

Por último, también se ha achacado al *60 minutes*, el no conceder el derecho de réplica de los investigados. De hecho, los aludidos utilizaban, de vez en cuando, las cadenas de la competencia para poder defenderse de las acusaciones del programa.

Lalueza afirma que, si bien *60 minutes* fue un revulsivo, también pecaba de ser excesivamente espectacular y agresivo: “supuso el impulso definitivo para la modalidad investigadora en el medio televisivo, aunque hasta cierto punto también contribuyó a desvirtuarla” (2003: 50). Igualmente, critica el escaso tiempo que el programa dedicaba a los reportajes, la mayoría de las veces quince minutos, que tendía a simplificar y que huía de lo complejo. Predominaban las historias personales por encima de las “situaciones sólidamente contextualizadas”.

Kovach y Rosenstiel afirman que el periodismo de investigación, en la televisión norteamericana de finales del siglo XX, buscaba satisfacer la demanda de su público y, en consecuencia, trataba temas que se centraban en estilos de vida, comportamientos, consumismo, salud o famosos, ignorando la mayor parte de los asuntos que tradicionalmente se asociaban al papel de vigilancia y control de la prensa como la economía, la política, el Ejército o la educación (Kovach y Rosenstiel, 2003: 167).

6.2. El periodismo de investigación en la televisión española hasta la llegada de *Diario de...*

Es complejo hacer una compilación de lo que han sido programas o reportajes de investigación en televisión en España. Los escasos ejemplos con los que nos encontramos pueden responder al formato gran reportaje o incluso al reportaje de actualidad. Los que son fácilmente identificables como de investigación, los programadores solían relegarlos a los horarios de menos consumo y, por tanto, perdían el aliciente del posible impacto en la opinión pública. Su programación en los medios audiovisuales se ha producido irregularmente, sin la constancia necesaria como para hacerlos reconocibles en alguna cadena o en algún programa. Los reportajes de investigación en televisión tienen una historia más breve y menos prolífica que en la prensa.

Haremos un repaso por las cadenas nacionales, algunas autonómicas y por la principales productoras de contenidos audiovisuales, desde el final de la dictadura hasta el año 2004, cuando nace el programa *Diario de...*

6.2.1. RTVE

La RTVE nació en 1956 y como sucedió con la prensa, el control absoluto de la información estaba en manos del régimen franquista. Ningún rastro de periodismo independiente asomó a la pantalla hasta varios años después del fallecimiento de Franco. Antes del nacimiento de las cadenas privadas en 1990⁵⁹, todo lo que se pudo realizar pasaba por RTVE o las cadenas autonómicas⁶⁰. Sabemos que eran entidades públicas y como tales, controladas por los gobiernos imperantes, por lo que las investigaciones no fueron muy frecuentes.

Durante la Transición española (1976-1982) la TVE “estuvo siempre al servicio de los intereses de un poder político, inicialmente no democrático y luego emanado del resultado de las elecciones” (Palacio, 2012: 109). Pensaban, los

⁵⁹ Las dos cadenas privadas nacieron en un plazo de apenas tres meses. Antena 3 TV inició sus emisiones regulares en enero de 1990 y Telecinco en marzo de 1990.

⁶⁰ La primeras cadenas de televisión autonómicas en nacer fueron la vasca, ETB, en 1982 y la catalana, TV3, en 1983.

políticos de entonces, que la televisión tenía un poder omnímodo y unos efectos hipnóticos para la población. De ahí su enorme interés por controlar sus contenidos.

En la Transición lo primero fue decidir lo que las audiencias televisivas podían ver y lo que no. Aún así, Palacio afirma que en las distintas etapas siempre hubo algún resquicio por el que se colaron programas que iban en contra de los presupuestos ideológicos de la dirección del ente público.

Esta etapa se caracterizó por la visión sesgada, que se hizo desde la dirección de RTVE del pluralismo social, por la falta de polifonía de voces en los informativos y por los repetidos casos de censuras y retiradas de programas (Palacio, 2012).

Hubo numerosos ejemplos de censura en esta etapa. Uno de los programas que más la sufrió fue *Informe Semanal*. Espacio creado en 1973 para analizar en profundidad la actualidad de la semana. Los responsables del programa aseguran, en un libro que repasa los treinta primeros años de emisión, que fueron censurados algunos reportajes “por orden superior”, según figuraba y quedaba reflejado en los guiones correspondientes. El primer director de *Informe Semanal* confirmaba a *El País* que estaban sometidos a un control muy férreo:

Algunos temas discutíamos el guión línea a línea. El primer reportaje sobre el aborto hizo rechinar las estructuras. Otro sobre Vietnam le costó un expediente a Ana Cristina Navarro. En algunos casos llegaba la orden de no emitir un reportaje cuando ya estaba metido en telecine. Se utilizaba un lenguaje subliminal, a sabiendas de que los reportajes se miraban con lupa (Erquicia, 28-3-1998).

Uno de los reportajes censurados fue elaborado por Ramón Colom en 1977. Trataba sobre un preso condenado a muerte en Estados Unidos. Se llamaba “Gilmore, quiero morir”. Fue un caso especialmente polémico porque fue el reo quién pidió que se le ejecutase. Fue fusilado por un pelotón y se convirtió en el primer preso en ser ejecutado tras el restablecimiento de la pena de muerte en EE. UU. en 1976. Otro reportaje que se censuró por “mandato de arriba” fue el dedicado a la infidelidad conyugal, realizado por Carmen Sarmiento. Fue emitido dos años más tarde, en 1978 (Magro, 2003: 46-53).

El caso que tuvo mayor repercusión fue el reportaje sobre el funcionamiento de las cárceles españolas que hizo *Informe Semanal* en 1981. El trabajo tenía dos partes; pues bien, la segunda fue suspendida *sine die*. Coincidió con el cambio de

director de RTVE. Dimitido Fernando Castedo, llegó Carlos Robles Piquer, que decidió, sin dar explicaciones, cancelar la emisión. Dicha decisión suscitó incluso una discusión en el Congreso de los Diputados⁶¹.

Otra de las características que hizo tristemente célebre a la RTVE de la Transición fue la corrupción y el descontrol económico. La Unión de Centro Democrático (UCD), partido gobernante, fue incapaz de poner algo de orden en una televisión caótica y, el PSOE, principal partido de la oposición, la utilizó como arma política. Hay que destacar un informe económico, elaborado en 1978 y publicado en 1980, sobre las cuentas de RTVE, que descubría el despropósito generalizado imperante. La auditoria causó en la clase política una conmoción sin precedentes (Palacio, 2012: 223-232).

Con la llegada al gobierno del PSOE, tras ganar las elecciones de octubre 1982, la RTVE comienza a experimentar una transformación muy notable. El proceso de cambio, impulsado por el ejecutivo de Felipe González, tiene su reflejo en los medios de comunicación. La televisión se tiene que amoldar a una nueva audiencia que exige contenidos diferentes y más comprometidos.

6.2.1.1. *Teleobjetivo*

El nacimiento del periodismo de investigación en el medio televisivo tiene lugar en 1984. El programa *Teleobjetivo* es el primer ejemplo de esta modalidad en la televisión española (Lalueza, 2003: 328).

En estos años se crean los primeros grupos de trabajo para los programas *En Portada*, *Teleobjetivo* y *Documentos TV* (Aladro, 1995: 118). De estos tres, el único que ha desaparecido de la programación actual es *Teleobjetivo*.

Teleobjetivo se emitió de 1984 a 1987 sin periodicidad fija en TVE 1. Estuvo dirigido en sus inicios por Baltasar Magro y Sol Alameda. Ambos eran periodistas con una contrastada trayectoria profesional en el género informativo y provenían del programa *Informe Semanal*.

El primer programa que se emitió estuvo dedicado a la banda terrorista ETA y a todo el entramado económico que la rodeaba. Se trataban diversos aspectos de

⁶¹ El asunto fue llevado a la comisión de control parlamentario de RTVE el 3 de diciembre de 1981. http://www.congreso.es/public_oficiales/L1/CONG/DS/CO/CI_034.PDF (Consultado el 17-4-2015)

las finanzas y se profundizaba en el impuesto revolucionario exigido a los empresarios vascos. El reportaje se dividió en dos partes.

El segundo programa se centró en la otra banda terrorista que operaba en aquellos años, el GRAPO⁶². El reportaje titulado “El GRAPO: verdugos y víctimas” analizaba la actividad de este grupo desde sus orígenes. En él se intentaba demostrar que en la formación de la banda armada habían intervenido servicios parapoliciales y que gravitaban implicaciones internacionales. Según contaba el diario *ABC*, “*Teleobjetivo* ha ofrecido un gran reportaje dentro de su propósito de investigación periodística sobre el GRAPO” (www.abc.es, 31-1-1985).

Este reportaje, que acabó de realizarse en abril de 1984, estuvo retenido, sin ser emitido, durante nueve meses hasta que salió en enero de 1985. Eran años en los que no era sencillo tratar estos temas. Tanto la banda terrorista ETA como el GRAPO cometían actos violentos cada semana. Según Soledad Alameda, la no emisión del reportaje se pudo deber a que representantes del Ministerio del Interior, que en su día vieron el programa, “aconsejaron que no se diera, aunque no prohibieron su puesta en antena”. Se basaron en la idea de que dar publicidad al terrorismo era crear terroristas. Finalmente, se dieron las circunstancias para que el reportaje se pudiera emitir. “La decisión quedaba en manos de Enrique Vázquez (director de los servicios informativos). Ahora Vázquez se ha ido y las recientes detenciones de miembros de el GRAPO en Madrid y Barcelona parecen haber influido en su actualidad” (www.elpais.com, 29-1-1985).

La primera parte de la década de los ochenta fue denominada como “los años de plomo”⁶³, por la cantidad de personas que fueron abatidas a balazos. Algunos periodistas estaban amenazados o extorsionados, y no era sencillo ejercer el periodismo libremente. El presentador de informativos de la ETB (televisión autonómica vasca) José María Calleja, denunció en 1985, que era víctima de la intimidación constante del entorno de ETA. Tuvo que llevar protección policial durante mucho tiempo hasta que decidió huir del País Vasco.

Se emitieron diez programas de *Teleobjetivo*, la mayoría de los cuales fueron programados entorno a las 23:00 h. Para Lalueza, que hace un desglose y análisis

⁶² Grupos de Resistencia Antifascista Primero de Octubre (GRAPO). Surgen en 1975 y desde entonces hasta su desarticulación en 2007 son, según la Fundación de Víctimas del Terrorismo, los responsables de ochenta y cuatro muertes y tres secuestros.

⁶³ En el 1980 la banda terrorista ETA asesinó a cien personas.

pormenorizado de dichos reportajes, ocho de estos diez reportajes se pueden considerar de investigación. En la siguiente tabla se enumeran esos ocho trabajos periodísticos.

Reportaje	Fecha	Cadena
“La extorsión económica de Euskadi”	20-12-1984/21-12-1984	TVE 1
“El GRAPO, verdugos y víctimas”	29-1-1985	TVE 1
“Apocalipsis ABQ, la fuerza química”	16-5-1985	TVE 1
“Patrimonio eclesiástico. Historia de un desamor”	19-9-1985	TVE 1
“La secreta amenaza biológica”	28-1-1986	TVE 1
“Mafia: sucursal española”	17-5-1986	TVE 1
“Bancus Dei”	11-12-1986	TVE 1
“TOP. Un tribunal contra el pueblo”	10-3-1987	TVE 1

(Tabla 1: reportajes de investigación de *Teleobjetivo* emitidos en TVE 1 durante el período de 1984 a 1987. Fuente: Lalueza (2010: 71)

Eran reportajes que se podían realizar con tiempo, ya que había un equipo dedicado en exclusiva a este programa y se emitían con una periodicidad indeterminada. Como vemos en la tabla 1 entre programa y programa había meses de producción, lo que permitía a los periodistas madurar bien las investigaciones. *Teleobjetivo* abordaba de forma incisiva temas comprometidos como el terrorismo, el patrimonio de la Iglesia, El Opus Dei o el Tribunal de Orden Público (TOP), un tribunal creado por Franco con el fin de perseguir los comportamientos políticos contrarios al Régimen. Su valentía era propia de un programa que aspiraba a trabajar con libertad e independencia en unos años muy convulsos.

Otro de estos programas arriesgados fue el titulado “Mafia: sucursal española”, realizado por el equipo de *Teleobjetivo* en colaboración con dos periodistas de investigación de *La Vanguardia*: Eduardo Martín de Pozuelo y Jordi Bordás⁶⁴. En el reportaje se pretendía demostrar que la mafia italiana tenía ramificaciones muy asentadas en el territorio español; que los capos de la droga estaban haciendo negocios ilegales en nuestro país.

⁶⁴ Ambos formaban el equipo de investigación de *La Vanguardia* desde 1983. Fueron galardonados con el premio Ortega y Gasset de periodismo en 1986 por sus investigaciones sobre la mafia italiana en suelo español.

El crítico televisivo José María Baguet Herms se hacía eco en el periódico *La Vanguardia* de este reportaje y hablaba muy elogiosamente del programa *Teleobjetivo*:

Mantiene con este programa, los excelentes niveles que ha venido registrando desde sus comienzos, abordando asuntos conflictivos o levantando temas que por una u otra razón permanecían más o menos ocultos [...] *Teleobjetivo* es, seguramente, un “lujo” de TVE, pero un lujo absolutamente necesario en una televisión pública (Baguet, 17-5-1986).

Teleobjetivo fue retirado de la programación cuando tenía en producción varios temas muy interesantes. Según afirma su director, Baltasar Magro, “lo cerraron porque era un programa muy complicado. Llegaron los nuevos (el equipo de Pilar Miró) y se dieron cuenta de que aquello era dinamita. Es que los temas que teníamos eran buenísimos” (Lalueza, 2003: 334). También se lamentaba en el diario *El País* de la falta de continuidad del programa y mostraba su preocupación por el futuro de la especialidad: “La desaparición del género de periodismo de investigación en TVE sería una decisión lamentable” (Magro, 16-9-1987).

6.2.1.2. Equipo de investigación

El heredero de *Teleobjetivo* en TVE fue el programa *Equipo de investigación*, que debutó en junio 1989 y que tenía, en principio, una periodicidad mensual. Los reportajes se programaban entorno a las 23:30 h y el día de la semana solía ser el lunes. Se emitieron un total de dieciocho reportajes de los cuales “doce constituyen un ejemplo notable de la práctica de periodismo de investigación televisivo” (Lalueza, 2003: 337).

En la siguiente tabla destacamos nueve de estos reportajes. La mayoría se emitieron en horarios de máxima audiencia. Como se aprecia la emisión es mensual y sólo uno de ellos fue programado en la TVE 2.

Reportaje	Fecha	Cadena
"El testamento del hombre de la selva"	26-6-1989	TVE 1
"Howard Marks, historia de un traficante"	31-7-1989	TVE 1
"Costa del sol: un paraíso a contraluz"	28-8-1989	TVE 1
"El largo viaje del ácido"	2-10-1989	TVE 1
"Los amigos de mis amigos"	6-11-1989	TVE 1
"La calle por escuela"	4-12-1989	TVE 1
"Las imágenes perdidas"	1-1-1990	TVE 1
"Hatari Tembo"	7-5-1990	TVE 1
"Madres de alquiler"	9-7-1990	TVE 2

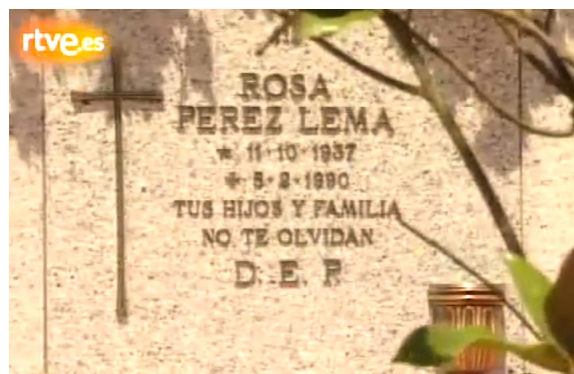
(Tabla 2: reportajes de investigación del programa *Equipo de investigación* durante el período 1989-1990. Fuente: Lalueza (2010: 71).

El programa lo dirigió Victoria Martínez y su objetivo era ofrecer reportajes en profundidad, la mayoría de ellos internacionales. Circunstancialmente trataba temas que afectaban a la sociedad española. Uno de los más destacados fue "La calle por escuela", cuyo guión fue escrito por la periodista Maite Sánchez Crespo. Describía la situación de miseria y explotación en la que vivían muchos niños y adolescentes en las grandes ciudades. Los reporteros recorrieron las calles de Madrid hablando con educadores, curas, delincuentes, prostitutas y chavales desamparados para ofrecer una fotografía de los barrios marginales de la capital. El reportaje se emitió el 4 de diciembre de 1989 a las 23:15 h de un lunes.

El programa que más repercusión tuvo fue "El caso 112", un reportaje que descubría la identidad de una indigente fallecida en Madrid, cuyo cadáver había sido enterrado sin otra identificación que el número 112. Con la investigación periodística se destapó que tras ese frío número había un nombre Rosa Pérez Lema, y una historia humana conmovedora.



(Figura 7: el cadáver sin identificar en el tanatorio. Fuente: TVE)



(Figura 8: lápida con la identificación de la fallecida. Fuente: TVE)

La desconocida había sido actriz, modelo, presentadora y una importante rejoneadora, pero había acabado su vida sola y abandonada en las puertas del metro madrileño de Callao. Este trabajo realizado y escrito por José Luis Fernández, ganó un premio Ondas⁶⁵ y fue candidato al Premio Emmy.

“El caso 112” aunque fue elaborado por *Equipo de investigación*, se emitió el 6 de febrero de 1991, con la cabecera de *Documentos TV*, porque *Equipo de investigación* fue retirado de la parrilla de TVE.

6.2.1.3. *Documentos TV*

Documentos TV, que se emitió por primera vez en TVE el 29 de abril de 1986, prefirió casi desde sus inicios el género del documental. No ha estado entre sus objetivos principales denunciar hechos delictivos o desvelar corruptelas, sino más bien mostrar la realidad social, política, económica, internacional que nos rodea a través de grandes reportajes, generalmente realizados por productoras extranjeras. Su vocación no ha sido investigadora, pero en alguna ocasión ha reflejado con mucho acierto las injusticias sociales y las ha puesto de actualidad. Dos de los mejores ejemplos fueron reportajes producidos por televisiones extranjeras:

⁶⁵ Los Premios Ondas fueron creados en 1954 por Radio Barcelona de la Cadena *SER*. En la actualidad se otorgan galardones a diferentes categorías pero no hay ninguno dedicado a mejor programa de reportajes de investigación. Lo más parecido es la categoría de programas de actualidad.

1/ “Regreso a Chernóbil” fue comprado a la cadena norteamericana PBS⁶⁶. *Documentos TV* lo emitió en abril de 1989. El reportaje desveló al mundo entero las brutales consecuencias de la catástrofe nuclear que se produjo en la central, por entonces, soviética. El 26 de abril de 1986, la unidad cuatro del reactor nuclear de Chernóbil explotó liberando una radioactividad decenas de veces mayor que la producida por la bomba atómica lanzada sobre Hiroshima en 1945. Dejó un rastro devastador: una ciudad fantasma, decenas de fallecidos, graves efectos para la salud de millones de personas y la desconfianza del mundo en la energía nuclear.

2/ “Las habitaciones de la muerte” fue emitido por primera vez en 1995. El reportaje mostraba a niñas chinas abandonadas en orfanatos y tratadas de forma espantosa. Provocó un gran impacto social y reveló una crudísima realidad con imágenes de bebés desnutridos, sucios y atados de pies y manos a las cunas. Dicho reportaje fue grabado con cámara oculta por los periodistas del *Channel 4*⁶⁷ británico, que se hicieron pasar por trabajadores de orfanatos occidentales que querían observar el funcionamiento de estos centros. Como vemos utilizaron el engaño, una identidad falsa, y grabaron con cámara oculta para registrar que la política de natalidad del hijo único⁶⁸ del gobierno chino había llevado a esta dramática situación a las menores. Este trabajo es una prueba evidente de que ambos métodos son imprescindibles, en algunas ocasiones y que bien ejecutados pueden aportar mucho al periodismo de investigación. Las figuras 9 y 10 muestran a los reporteros del programa preparando las cámaras ocultas antes de realizar una de las grabaciones en los orfanatos.

⁶⁶ El reportero Bill Kurtis realizó con su productora Kurtis Productions “Return to Chernobyl” y se lo vendió a la cadena pública norteamericana *PBS (Public Broadcasting Service)*.

⁶⁷ “The Dying Rooms” fue dirigido y producido por Brian Woods y Kate Blewett para el canal británico *Channel 4*.

⁶⁸ Política implantada por el Gobierno Chino en 1979 que impedía a las parejas tener más de un hijo con el fin de controlar la natalidad del país más superpoblado del mundo. Además, la tradición de que debía ser el hijo varón quien mantuviera a la familia, contribuyó a que muchas niñas abandonadas nada más nacer llegaran hasta estos orfanatos.



(Figura 9: los reporteros preparan la cámara oculta en el hotel. Fuente: TVE)



(Figura 10: el reportero coloca el receptor de sonido en la bolsa. Fuente: TVE)

Las imágenes de las niñas chinas en condiciones deplorables dieron la vuelta al mundo –fue visto en veintiséis países– y provocaron la reacción internacional. A raíz de la emisión de aquel estremecedor documento aumentaron considerablemente las adopciones de niñas chinas por parte de parejas españolas. En un artículo publicado en *El País* se destacaba que entre octubre de 1995, fecha de la emisión del reportaje, y enero de 1996, quinientas parejas españolas solicitaron adoptar en China. Antes del programa sólo se habían adoptado tres niños chinos en España (www.elpais.com, 15-1-1996).



(Figura 11: un bebé del orfanato chino llorando mientras es atado a la cuna. Fuente: TVE)



(Figura 12: imagen de las piernas de un niña atadas a una silla. Fuente: TVE)

Durante la dilatada trayectoria de *Documentos TV*, veintinueve años, han pasado por la dirección del programa periodistas como Miguel Veyrat, el fundador, o Baltasar Magro, pero sin duda el rostro más reconocible es Pedro Erquicia, que fue director y presentador del programa desde 1990 a 2008. Fue sustituido por el actual director, Manuel Sánchez Pereira.

En la actualidad *Documentos TV* está programado los lunes a las 00:00 h en La 2. Sus índices de audiencia son bajos, incluso inferiores a los que obtiene de

media la cadena. En concreto, el 17 de noviembre de 2014 obtuvo un dato del 1,9% de media con 116.000 espectadores, y La 2 registró ese mismo día un 2,8% de *share*, según datos de Kantar Media.

6.2.1.4. Línea 900

Línea 900, nació en octubre de 1991 en La 2 de RTVE. Era un programa producido en los estudios de San Cugat del Vallés, Barcelona. Trató esporádicamente el reportaje de investigación y surgió con la intención de denunciar temas relacionados, sobre todo, con el consumo o la salud. Para ello puso a disposición de los telespectadores una línea telefónica gratuita que daba nombre al espacio. Allí, los ciudadanos dejaban sus quejas o reclamaciones, lo que hacía que la gran mayoría de “los trabajos producidos por el equipo se decantasen hacia el reportaje social, de interés humano o de denuncia [...] Desde el ámbito del periodismo de denuncia, en ocasiones, realizó incursiones en la modalidad investigadora” (Lalueza, 2003: 338).

Este espacio fue pionero en la forma de interactuar con el telespectador. Desde su inicio pidió la colaboración ciudadana e invitaba a los espectadores a que participasen de muy diversas formas. Incluso, pedía al público que enviase vídeos domésticos que tuvieran algún interés informativo. Eso que hoy está tan de moda, el periodismo ciudadano, y que se puede definir como el conjunto de aportaciones que en el ámbito de la información realizan personas ajenas a la profesión a través de los nuevos medios y tecnologías (Salvat y Paniagua 2007: 228), ya lo fomentaba *Línea 900* al principio de la década de los noventa, pero con las posibilidades de entonces.

El primer director y presentador del programa, el periodista Jaume Vilalta, apuntaba en el diario *El País* que “el vídeo es a la televisión lo que el teléfono fue a la radio, un medio a través del cual el telespectador puede convertirse indirectamente en protagonista de su espacio preferido” (Vilalta, 9-10-1999).

Rafael Robledo uno de sus directores, entre 2000 y 2003, señala que el programa se nutría de las quejas de los ciudadanos y las agrupaba en seis grandes temas: sanitarios, de denuncia, estafas, ecología, consumo y laboral. Recalca que el criterio de selección de los reportajes obedecía primero al servicio público que

prestaban y a que fueran interesantes por su actualidad informativa (Brichs, 2003: 192).

El primer reportaje que se emitió para toda España, al principio *Línea 900* se ofrecía sólo para Cataluña, fue “La cigüeña viene de Rumanía”, el 9 de octubre de 1991. El trabajo desvelaba la venta de niños rumanos a parejas europeas sin hijos. Tráfico de niños en el que había varios intermediarios que se lucraban con este negocio ilegal.

El 18 de marzo de 1992 emitieron “La *piovra* gallega”⁶⁹. Un reportaje de unos treinta minutos de extensión, esa era la media de cada programa, en el que se trataba el narcotráfico en la Ría de Arosa. A raíz de la “Operación nécora”, dirigida por el juez Garzón, Galicia estaba en el punto de mira de las policías de todo el mundo por la actuación de los clanes de la droga en la zona. El programa radiografiaba un problema de carácter trasnacional. Por eso viajaban hasta EE. UU. para entrevistar a un miembro de la Administración para el Control de Drogas (DEA), que relacionaba a los cárteles colombianos con los clanes gallegos.

Entre los documentos novedosos y reveladores que obtiene el programa están las declaraciones de un confidente perteneciente, según se afirma en el reportaje, a una importante banda. Su testimonio está tratado audiovisualmente para evitar ser reconocido; su figura está desenfocada y su voz distorsionada.

Visionando “La *piovra* gallega” nos encontramos con detalles significativos que hoy en día podemos ver en muchos reportajes televisivos. Uno de ellos es que se refleja el momento de tensión que sufrieron los reporteros durante una de las grabaciones. Mientras tomaban unos planos de la casa de un jefe de uno de los clanes, tuvieron que salir huyendo ante las amenazas de varios miembros del grupo mafioso. De hecho, abandonaron el pueblo escoltados por la Guardia Civil.

⁶⁹ *Piovra* es una palabra italiana que significa pulpo, pero que se aplica a la mafia, en referencia a los tentáculos del animal.



(Figura 13: un narco amenaza con un palo a los reporteros del programa. Fuente: TVE)



(Figura 14: un reportero huye corriendo con el trípode en la mano. Fuente: TVE)

Otro aspecto que nos llama la atención es que en el reportaje se hacían seguimientos a los narcos, se mostraban fotos de los principales capos y se trataban las imágenes como si hubieran sido obtenidas por un detective.



(Figura 15: plano de seguimiento al coche de uno de los narcos. Fuente: TVE)



(Figura 16: plano de uno de los narcos sacando algo del maletero de su coche. Fuente: TVE)

Otro de los trabajos interesantes de *Línea 900* fue “Desde Rusia con amor”, emitido el 15 de octubre de 1993. Un reportaje en el que se alertaba de la estafa de un empresario barcelonés que prometía traer niños desde Rusia para ser adoptados. Según Rafael Robledo, uno de los directores del programa, el devenir de la investigación les hizo cambiar el enfoque preestablecido:

El reportaje nació como una oda a la humanidad de un señor que había adoptado unos niños rusos. Nosotros nos pusimos del lado del protagonista, pero acabamos con denuncias en los juzgados porque empezamos a descubrir que su comportamiento no era lo que habíamos visto al principio (Brichs, 2003: 195).

A medida que los reporteros de *Línea 900* conocían al personaje se fueron percatando que había montado un negocio fraudulento con la adopción de niños rusos. Muchas familias habían depositado su dinero y su confianza en este empresario, que se estaba enriqueciendo a su costa.

Por su parte, “La semilla del odio”, emitido en mayo de 1994, trataba sobre el complejo entramado de los nostálgicos del fascismo que seguían actuando en España. Los periodistas Joan Sella y Cesc Tomás localizaban a nazis retirados y escondidos en el sur de España. En concreto entrevistaban a Otto Ernst Remer, comandante de Adolf Hitler, condenado a veinte meses de cárcel por realizar propaganda pro nazi y al que la justicia alemana consideraba huido. “La semilla del odio” fue premiado con el galardón al mejor reportaje de investigación en el Festival Internacional de Grandes Reportajes de Actualidad (Figura 95), celebrado en Le Touquet (Francia).

Otro reportaje significativo fue el emitido en 1996, dedicado a la polémica Iglesia del Palmar de Troya,⁷⁰ titulado “La fe mueve montañas de dinero”. Fernando Redondo hace un análisis pormenorizado de este trabajo y concluye que “representa un buen ejemplo de un sencillo reportaje de investigación en televisión en el cual se descubre una realidad que está oculta de manera intencionada” (1998: 193). El principal documento de este reportaje son las imágenes grabadas por un vídeo aficionado que mostraban por primera vez en televisión, cómo eran las celebraciones en la Catedral Palmariana. El programa también trataba de poner al descubierto las argucias e inmoralidad de los líderes de esta Iglesia, que engañaban y saqueaban a sus fieles para enriquecerse.

En junio de 1999, el reportaje “Mamá quiero ser artista” denunciaba con cámara oculta la estafa de los miembros de una empresa que realizaba *castings* a niños para hacer anuncios publicitarios. A raíz del programa los estafadores fueron detenidos.

Línea 900 estuvo en pantalla dieciséis años. Fue retirado en el año 2007, después de una trayectoria brillante y también bastante polémica. A pesar de trabajar para TVE, el programa no solía tener reparos a la hora de tratar todo tipo de

⁷⁰ La iglesia Palmariana nació en 1976. Clemente Domínguez, un electricista sevillano, se autoproclamó Papa con el nombre de Gregorio XVII. Fue acumulando dinero hasta crear un imperio cuyo principal tesoro es una monumental catedral en la pedanía del Palmar de Troya.

temas, aunque a veces debían autocensurarse. Robledo recuerda el caso “Sintel”⁷¹, como uno de esos momentos. “Estaban implicados amplios sectores del gobierno y de la oposición, y nos dimos cuenta que nadie nos apoyaría” (Brichs, 2003: 194).

No obstante, la etapa de mayor tensión se produjo entre el año 2002 y 2003 con el cese del director Rafael Robledo. Primero, se le censuró un reportaje sobre los niños trasfronterizos de Ceuta (del que ya hemos hablado) y, a continuación, otro llamado “Trapos sucios”. Este último programa desvelaba que conocidas marcas textiles (*Mango, Inditex o Mayoral*) subcontractaban a pequeñas empresas en Marruecos para que hicieran sus prendas. Los talleres en Tánger (Marruecos) no cumplían con las mínimas condiciones laborales, explotaban a sus empleados y utilizaban a niños como trabajadores. Una ONG denunció el tema a *Línea 900* y reporteros del programa les acompañaron a Marruecos con una cámara oculta. Pudieron grabar la explotación laboral, las pésimas instalaciones de los talleres y las etiquetas de las prendas de las marcas.

Una vez enviado el programa a TVE, en aquellos años Javier González Ferrari era el director de RTVE y Alfredo Urdaci, director de los Servicios Informativos, desde la dirección les comunicaron que debían ofrecer el derecho de réplica a todas las empresas. Según Robledo, se ofreció esa posibilidad a todas las marcas pero la firma *Mayoral* no quiso salir en el reportaje. Se puso como condición que si no salía esa marca se suspendía el reportaje, y así se hizo. Esta empresa se anunciaba en TVE. Ocho meses más tarde se emitiría el reportaje, pero sin Robledo en la dirección del programa (Brichs, 2003: 196).

6.2.1.5. Dossier 21

Otro de los espacios que surgió en 1993, con intenciones investigadoras, fue *Dossier 21*. Estaba producido por los Servicios Informativos de TVE, la directora era Mercedes Ondina⁷² y el subdirector Manuel Sánchez Pereira. El objetivo era emitir un reportaje de investigación al mes.

⁷¹ Los trabajadores de esta empresa especializada en montajes de telefonía, estuvieron 187 días acampados en el madrileño Paseo de la Castellana al ser víctimas de un ERE en el año 2000.

⁷² Fue reportera del programa *Informe Semanal* y después dirigió la serie documental *Los años vividos*, por el que fue galardonada con un Premio Ondas.

A pesar de que la cadena puso medios personales y técnicos al servicio del programa, *Dossier 21* tuvo un recorrido muy breve y apenas se contabilizan dos trabajos que podríamos encuadrar en la modalidad: “Mojaitos” y “La muerte blanca”.

En “Mojaitos”, las cámaras del programa grabaron, en octubre de 1992, la llegada a la costa gaditana de dos pateras procedentes del norte de África. *Dossier 21* ofreció un amplio seguimiento del drama de los inmigrantes ilegales y del comercio que se generaba alrededor de su tragedia.

El reportaje la “muerte blanca” fue emitido el 21 de marzo de 1993, a las 23:45 h, en TVE 1. La expresión “muerte blanca” es utilizada por los médicos forenses para calificar los fallecimientos cuyas causas no se pueden determinar con claridad. El reportaje de *Dossier 21* trataba el caso de Robert Maxwell, un magnate de la prensa británica, cuyo cadáver fue hallado en aguas del litoral canario. El cuerpo estaba desnudo y sin señales de violencia. Se barajaron como probables causas del fallecimiento el ahogamiento, un infarto o un accidente, aunque en principio no se descartó la posibilidad de un homicidio. Hubo dos factores que alimentaron todo tipo de especulaciones: en aquel momento el estado económico de las empresas de Maxwell no era demasiado boyante y su figura estaba asociada al Mossad, los servicios secretos israelíes. Su muerte y las últimas horas de su vida en el yate en el que navegaba, eran un misterio que un equipo del programa intentó desvelar recogiendo información y contrastando datos.

Otro trabajo de *Dossier 21* que suscitó cierta polémica fue el dedicado, en 1992, a uno de los mayores asesinos en serie de nuestro país, Manuel Delgado Villegas, apodado “El Arropero”. En el reportaje se recogía una extensa entrevista al asesino que había matado, según la policía, a veintidós personas. Un equipo de *Dossier 21* le pudo visitar y hablar con él en el psiquiátrico penitenciario de Fontcalent (Alicante).

El reportaje fue cancelado en su momento, porque “El Arropero” padecía un grave trastorno psiquiátrico cuando fue entrevistado. Estaba muy deteriorado tanto física como mentalmente. Los responsables de la cadena no vieron pertinente su emisión. Observando la entrevista comprobamos la incoherencia del relato y el escaso interés de lo que se cuenta. En el año 2009, el programa de reportajes de La 2, *Crónicas*, recuperó su historia, algunas de las imágenes de “El Arropero” y un resumen de la entrevista original.

6.2.1.6. Informe Semanal

Un programa que debemos reseñar es *Informe Semanal*. Creado en 1973 por Pedro Erquicia, en sus orígenes incluía siete y hasta ocho reportajes cada sábado por la noche, aunque con el paso del tiempo su propuesta se consolidó con cuatro temas de actualidad. Uno de los modelos en los que se basó Pedro Erquicia para este *Informe Semanal* fue el *60 minutes* norteamericano (Magro, 2003: 14).

En algunas ocasiones, este veterano programa, rompía con su estructura habitual de diferentes reportajes de actualidad de unos diez o quince minutos y hacía programas monográficos, de aproximadamente una hora de duración. Es el caso del espacio dedicado a la droga en enero de 1975. El reportaje se llamaba “Algeciras, la droga hacia Europa”. La periodista Carmen Sarmiento, guionista del programa, señala que con aquel trabajo se empezó, incipientemente, lo que después se ha llamado periodismo de investigación porque la reportera intentaba mostrar al telespectador cómo se realizaba la venta de droga (Magro, 2003: 27).

Aunque *Informe Semanal* fue un programa muy centrado en la actualidad, a lo largo de sus más de cuarenta años de existencia, también ha emitido algunos trabajos de periodismo de investigación interesantes. “El veneno de las sectas” fue un reportaje monográfico, de casi una hora de duración, que se emitió en abril de 1995. Esta edición especial aportó una visión de conjunto sobre las principales sectas destructivas que operaban en España; profundizando en una de ellas, el Movimiento Humanista.

Este reportaje lo podemos calificar como de investigación porque las fuentes de información fueron muy numerosas y no fáciles de obtener, el enfoque contenía datos desconocidos por el gran público, se utilizó la cámara oculta e identidades falsas y el contenido del trabajo proyectaba una labor prolongada de elaboración por parte de los profesionales (Reig, 2000: 54).

Como vemos, ya por aquellas fechas, comenzaban a aparecer los primeros reportajes con cámara oculta. Además, se identifica en este trabajo la explotación de bases de datos como método de aproximación a la realidad (Lalueza, 2003: 344).

6.2.2. Las televisiones autonómicas

Las televisiones autonómicas se crearon en la década de los ochenta de forma gradual como consecuencia, fundamentalmente, de la reivindicación lingüística y cultural de los partidos nacionalistas tanto vasco como catalán. Para Euskadi era un proyecto absolutamente cultural para conseguir coger el último tren que evitase la desaparición del euskera. Para Cataluña el nuevo canal era un vehículo indispensable para la reconstrucción nacional de Cataluña y que tenía que contribuir al proceso de normalización lingüística (Iriondo y Canals, 1984).

De hecho, fueron estas dos autonomías las primeras en poner en marcha sus cadenas de radio y televisión. La vasca en 1982 y la catalana en 1983. A continuación se fueron sumando la gallega (1984), la valenciana (1988) la andaluza (1988), la madrileña (1989) y así sucesivamente hasta formar en 1989 la Federación de Organismos de Radio y Televisión Autonómicos (FORTA).

La primera emisora autonómica que impulsó los trabajos de investigación periodística fue TV3. La cadena catalana puso en marcha desde sus inicios una programación basada en el entretenimiento, pero apoyada por espacios cuyo objetivo era profundizar en las noticias del día a día y explorar territorios periodísticos desconocidos. Enric Calpena, presentador de TV3 y miembro fundador de la cadena, recuerda a una plantilla muy joven, aproximadamente veintiséis años de media, y con ganas de experimentar. Así lo expresaba en el periódico *La Vanguardia*: “Trabajábamos un grupo muy heterogéneo de jóvenes, movidos por una fiebre loca: poner en marcha un canal de televisión íntegramente en catalán y con unos criterios muy diferentes a los que imperaban en España” (Calpena, 5-9-1993).

6.2.2.1. 30 minuts

El principal exponente de programa con afán investigativo es el *30 minuts*. Comenzó sus emisiones en el año 1984 y desde entonces se emite semanalmente en la TV3. Su primer director fue Joan Salvat, que estuvo el frente del espacio hasta el año 2008. Asegura que su objetivo fue acercarse más al periodismo de la BBC (por lo informativo y el tratamiento de la imagen) que al de las televisiones francesas

(tendientes a la exageración y emotividad) o americanas (el periodista está muy presente en el reportaje) (Brichs, 2003: 50).

Desde sus inicios tuvo una temática heterodoxa pero siempre apostó por los reportajes en profundidad. Ha cumplido treinta años recientemente y podemos encontrar algunos grandes trabajos de investigación entre sus más de mil reportajes.

Juliá Pujol ha realizado un minucioso trabajo sobre el programa catalán y desglosa algunos reportajes que considera de investigación. Entre ellos, menciona uno de los primeros, emitido en 1988, “El Raval: el último escalón” (Pujol, 2014: 50). Durante dos meses reporteros del programa intentaron captar la realidad social de la zona más deprimida de Barcelona. La prostitución, la delincuencia organizada y el tráfico de drogas eran los tres pilares sobre los que se asentaba la convivencia del barrio del Raval. Por este trabajo el programa recibió un premio Ondas en la categoría de premios internacionales de televisión.

Tras visionar el reportaje, comprobamos que hay secuencias en las que los reporteros seguían el trabajo de la policía, vestida de paisano, en su intento por confiscar la droga a los pequeños traficantes. Incluso, ofrecían imágenes de la compra venta de cocaína y heroína grabadas por los agentes desde los balcones del barrio. Eran situaciones que evidenciaban cómo en pleno centro de Barcelona se traficaba a plena luz del día. Las figuras 17 y 18 corresponde a dos momentos del reportaje “El Raval: el último escalón”.



(Figura 17: policías sin uniforme realizan una identificación a sospechosos. Fuente: TV3)



(Figura 18: plano del tráfico de droga a plena luz del día en el Raval. Fuente: TV3)

En enero de 1998, *30 minuts* fue el primer programa en abordar de manera extensa –en esta ocasión duraba cuarenta y cinco minutos– el caso de Joaquín José Martínez. Este ciudadano español, afincado en Florida, fue condenado a muerte en EE. UU. por el asesinato de una pareja. El reportaje titulado “Un mal sueño

americano“, tenía documentos periodísticos muy significativos. Los reporteros de *30 minuts* accedieron al corredor de la muerte y entrevistaron a Martínez. También contactaron con su ex mujer, cuyo testimonio, le inculpaba y le situaba en el lugar del crimen.

El reportaje mostraba la endeblez de las pruebas con las que le había acusado un jurado de Tampa (Florida) y evidenciaba que detrás de la sentencia condenatoria había un procedimiento judicial absolutamente frágil. Gracias a que el espacio se emitió en varias cadenas autonómicas, las autoridades y los ciudadanos se empezaron a interesar por el caso del español en el corredor de la muerte (Brichs, 2003: 56). Tras un largo proceso judicial, Joaquín José Martínez fue el primer preso europeo en salir del corredor de la muerte en el año 2001.

Otro de los programas que se puede considerar de investigación fue el titulado “Contentos y engañados”, emitido en TV3 en febrero de 1998. En ese reportaje los periodistas del *30 minuts* mostraban como se engañaba a los jubilados que viajaban con el Instituto de Mayores y Servicios Sociales (Imsero) a Mallorca. A cambio de un viaje barato, unos 180 euros por quince días, los organizadores embaucaban a los mayores para que compraran productos, sin ninguna garantía, de manera ilegal. Los jubilados era conducidos a diferentes sitios de la isla de manera gratuita pero con una condición, que fueran a comercios ilegales donde se ofertaban diferentes lotes de productos: abrigo de piel por 300 euros, juegos de cocina por 185 euros o perlas carísimas completamente falsas. Muchos de los jubilados compraban los productos y al regresar a sus casas se encontraban con que el viaje les había salido por unos 3.000 euros. En este caso, los reporteros utilizaron la cámara oculta para grabar las estrategias de venta y los engaños, y denunciaron el fraude que se estaba cometiendo al amparo de un organismo público como era el Imsero.

También Pujol se refiere a este reportaje como uno de los considerados de investigación por seis motivos. Porque presentaba datos o informaciones inéditas, porque investigaba con un método riguroso gracias al tiempo del que dispusieron, porque se descubría algo que alguien quería ocultar, porque se denunciaba a algo o a alguien, porque el caso afectaba al interés público y porque el tema tenía relevancia social (Pujol, 2014: 54).

Joan Salvat defiende el carácter heterogéneo de sus reportajes y añade que de vez en cuando se sienten investigadores porque pueden estar bastante tiempo

investigando un tema. Pone como ejemplo el reportaje “Los niños perdidos del franquismo”, en el que invirtieron casi un año de investigación (Brichs, 2003: 57).

Precisamente, “Los niños perdidos del franquismo” revelaba uno de los hechos más oscuros de la historia reciente de España: la desaparición de hijos de republicanos y la separación forzosa de sus familias por parte de la represión franquista. En esta ocasión, *30 minuts* decidió ofrecer en dos capítulos el trabajo realizado en el año 2002.

El documental denunciaba el papel desempeñado por el psiquiatra militar Antonio Vallejo-Nájera durante la postguerra. La teoría de este médico, ferviente seguidor de los preceptos nazis, era que la única solución para los “niños de los rojos”, era separarlos de sus madres. Esto llevó a una política penitenciaria que hacía que o bien los bebés morían de inanición o eran arrancados del cuidado de sus madres, y nunca más sabrían de su paradero. Sesenta años después, aquellos bebés, buscaban a sus verdaderos padres. *30 minuts* ofrecía testimonios de algunos supervivientes y les acompañaban en ese duro proceso. El programa mostraba documentos inéditos que evidenciaban que el régimen franquista diseñó un plan para que los bebés de sus enemigos marxistas fueran arrebatados a sus padres y entregados a otras familias afines al franquismo.

Este trabajo responde claramente a los requisitos que ha de tener un buen reportaje de investigación en televisión. Para algunos merece estar entre los casos más significativos de nuestro periodismo: “El caso de los niños robados por el franquismo debería estar llamado a convertirse en uno de esos grandes casos de investigación periodística, como el del Nani, los GAL, Filesa o la mafia policial, que transformara la realidad política y jurídica de este país” (Marugán, 2013: 4).

Por este trabajo realizado por Montserrat Armengou y Ricar Bellis, *30 minuts* recibió el premio de la Academia de Televisión al mejor programa de televisión de una cadena autonómica y el premio Nacional de Periodismo de Cataluña.

6.2.2.2. 30 minutos

Como pasó con la televisión catalana, Telemadrid también nació con un espíritu muy renovador. Los trabajadores de la cadena, que comenzó sus emisiones en 1989, eran jóvenes y con ansias de experimentar. Desde sus inicios la

televisión de Madrid quiso destacar en el género informativo y nombró a Pedro Erquicia, como director de la cadena, y, a Fermín Bocos, como director de los servicios informativos.

La versión madrileña del *30 minutos* comenzó sus emisiones en 1991. Su primer presentador y director fue el periodista Hilario Pino. En los primeros años combinaban los trabajos de producción ajena, realizados por televisiones extranjeras, con los reportajes de producción propia. Eran, en su mayoría, trabajos comprometidos y críticos. Señalaremos algunos que muestran el interés por temas de denuncia social:

“La sanidad enferma”, emitido el 10 de noviembre de 1991. Un equipo del programa seguía el funcionamiento de los hospitales de Madrid poniendo de manifiesto el problema de las listas de espera, la infrautilización de los quirófanos y el descontento de pacientes, médicos y enfermeras.

“Ultras a ultranza”. Este reportaje fue programado el 17 de noviembre de 1991. *30 minutos* analizaba a los grupos ultraderechistas de España y su vinculación con los violentos cabezas rapadas.

El reportaje “El milagro de la santidad” explicaba los motivos de la beatificación de Monseñor Escrivá de Balaguer y denunciaba el funcionamiento sectario del Opus Dei en España y sus influencias en los organismos de poder. Fue emitido el 2 de mayo de 1992.

“Piratas de la ruta”. El 19 de agosto de 1992 un autobús de la empresa Bus Exprés, con matrícula falsa y que no había pasado la ITV, tuvo un accidente en Torreblanca (Castellón), en el que murieron cuarentaiséis personas. Un equipo del programa investigó durante un mes, a raíz de dicho suceso, el funcionamiento de los llamados “autobuses pirata”; servicios de transporte de viajeros que operaban de modo clandestino en todo el territorio nacional.

En el reportaje emitido el 3 de octubre de 1992, “Taxi driver”, el programa hablaba del sector del taxi en Madrid. *30 minutos* incluía escenas con cámara oculta, que desvelaban los métodos utilizados por algunos conductores de taxis para timar a sus clientes.

Su último, director José Manuel Albelda, recuerda que el programa tuvo como referente al *30 minuts* catalán. “Se trataba de ofrecer una fórmula de reportaje de servicio público donde primase el análisis periodístico en profundidad y la excelencia

en la calidad de la imagen. Era un formato a medio camino entre el documental intemporal y el reportaje ceñido a temas de actualidad” (Albelda, 2015)⁷³.

A lo largo de sus veintiún años de existencia, *30 minutos* emitió algunos reportajes que, según Albelda, sí responden a las características de los reportajes de investigación:

Conllevaron una preparación mucho más minuciosa. El proceso de producción y localización de nuestros contactos y entrevistados duró meses. Se ocultaron identidades, se empleó cámara oculta, se rastrearon miles de páginas *web*, se documentó a conciencia el guión y se recurrió, en ocasiones, a la asesoría jurídica de la cadena para verificar que no hubiera ninguna problemática legal de cara a la emisión (*ibidem*).

Según José Manuel Albelda, la mayoría de los reportajes de investigación fueron realizados por productoras extranjeras. Uno de los ejemplos más significativos fue el reportaje "Una noche en Bhopal", producido por la BBC en el año 2004. La tragedia de Bhopal se originó, en la noche del 2 de diciembre de 1984. Una empresa de pesticidas norteamericana, Union Carbide, situada en la región india de Bhopal, provocó un escape tóxico que causó una auténtica masacre: 8.000 personas murieron, a la semana siguiente de la fuga, y se calcula que unas 600.000 resultaron afectadas.

El reportaje que emitió *30 minutos*, el 19 de enero de 2005, a las 01:00 h, cuenta por qué ocurrió la tragedia y cómo pudo ser evitada. Pasados veinte años, el suceso estaba narrado con actores y continuas recreaciones que simulaban lo que pasó los días previos y posteriores a la catástrofe. El reportaje ofrecía datos, informes, correspondencia interna de la compañía que advertía, meses antes del escape tóxico, de la extrema peligrosidad de los químicos que se estaban utilizando en la factoría de Bhopal.

Otros asuntos que fueron abordados por el programa y que Albelda destaca son los dedicados a las sectas, como el reportaje "La Cienciología y yo", producido por el programa *Panorama* de la BBC; los abusos sexuales a menores con "Pederastas: lobos con piel de cordero", producido por *30 minutos*, o los que abordaban temas como la seguridad alimentaria o los errores médicos.

⁷³ La entrevista completa se adjunta en el anexo 13.1.1.

Uno de los momentos más polémicos se produjo tras la emisión del reportaje “Los caminos de Euskadi” en el año 2001. *30 minutos* realizó un completo y arriesgado reportaje sobre la situación en el País Vasco, en el que intervenían todos los partidos políticos, incluido Euskal Herritarrok, partido heredero de Herri Batasuna que no condenaba la lucha terrorista como método para conseguir la independencia de Euskadi. Al día siguiente de su emisión el director de Telemadrid, Silvio González, fue destituido por el presidente de la Comunidad de Madrid, Alberto Ruíz Gallardón. Le acusó de ser muy neutral en un tema como el terrorismo y de que Arnaldo Otegui, líder de EH, había amenazado a los madrileños en el reportaje.

Se exigió la dimisión del Director General de Telemadrid porque se consideró que en el reportaje se abordaba el problema del terrorismo en el País Vasco de una manera demasiado aséptica en cuanto a imagen, sin mostrar atentados. La participación de Arnaldo Otegui (EH) al lado de los principales responsables de los otros partidos políticos vascos también suscitó polémica (Albelda, 2015).

En su trayectoria el programa *30 minutos* obtuvo galardones importantes⁷⁴ y supuso uno de los haberes más destacados de Telemadrid en cuanto a prestigio. Albelda, siempre se sintió respaldado por la cadena desde un punto de vista periodístico y de asignación de recursos, pero “el principal problema fueron (desde su comienzo hasta su final) los cambios de horario en la programación, que fluctuaron en exceso y no permitieron fidelizar a un mismo tipo de público” (*ibidem*).

Mientras que el *30 minutos* madrileño desapareció en 2013, tras programarse en horarios de madrugada durante varios años, el catalán sigue en su misma línea, en *prime time*⁷⁵ y con gran éxito de audiencia. Según datos de Kantar Media el reportaje del *30 minuts* “Locos por correr” fue el quinto programa más visto del mes de octubre de 2104, con una media de 675.000 espectadores y una cuota de pantalla del 19,4%.

Joan Salvat justifica el éxito del *30 minuts* precisamente en la continuidad y en tener un equipo de gente compenetrada que se ha mantenido fiel a una idea a lo largo del tiempo. También, el haber propiciado, de vez en cuando, algunas opciones

⁷⁴ El reportaje “Adolescentes adictos”, recibió en 2011, el Premio Reina Sofía Contra las Drogas de la Fundación CREFAT, de la Cruz Roja Española.

⁷⁵ Término que se emplea para delimitar la franja horaria televisiva que vas desde las 21:00 h hasta las 23:30 h aproximadamente. Es el momento del día de más consumo televisivo.

de temas de investigación de más riesgo. Pone como ejemplos de continuidad al *60 minutes* o *Panorama* de la BBC, para intentar concienciar de la necesidad de este tipo de programas (Brichs, 2003: 73).

6.2.2.3. Equipo de investigación

En otros canales autonómicos encontramos escasos intentos de realizar reportajes de este estilo. En Canal Sur, en el año 1995, nace *Equipo de investigación*, un programa que pretendía abordar esta especialidad de la indagación periodística. El mero hecho de que fuera emitido semanalmente, ya le restaba posibilidades para que los reportajes pudieran ser de investigación:

Para que exista un programa de investigación periodística cada siete días sería precisa una muy amplia redacción con profesionales experimentados y exclusivamente dedicados a investigar y desde luego, no era el caso. Lo que sucedía es que, por lo visto, se entendía por investigación el simple detenimiento en un tema con más o menos profundidad (Reig, 2000: 104).

El trabajo más destacado del programa de Canal Sur fue un reportaje sobre ETA dividido en tres partes: a) ETA y sus finanzas; b) ETA y sus defensores; ETA c) Las víctimas de ETA. En los reportajes, como sucediera con el programa *30 minutos* de Telemadrid, hablaban miembros del entorno etarra, lo que provocó numerosas críticas y posteriormente la suspensión del espacio que dirigía Miguel Vidal Santos.

6.2.3. Las televisiones privadas

El 25 de agosto de 1989, el gobierno de Felipe González hizo pública la adjudicación de los tres canales de televisión privada –Antena 3 TV, Telecinco y Canal+– contemplados en la ley aprobada por el Congreso el 14 de abril de 1988. Se ponía fin al monopolio de RTVE. Dicha concesión resultó muy polémica, ya que se desestimó la propuesta de otros dos aspirantes; Televisión Canal C y Univisión Canal 1 (Grupo Zeta). Este último grupo de comunicación recurrió la decisión ante los tribunales. Además, la oposición política y periodística acusó al gobierno socialista de otorgar los canales a sectores afines ideológicamente, y así, asegurarse el control del mapa televisivo (Bustamante, 2006: 126).

6.2.3.1 Antena 3 TV

La primera cadena privada en ponerse en funcionamiento fue Antena 3 de televisión, S.A., en enero de 1990. Manuel Martín Ferrand fue su primer director. Diseñó una plantilla de profesionales provenientes muchos de ellos de Antena 3 Radio. Su intención era ofrecer una programación que mezclara el entretenimiento con la información, si bien prevalecía esta última. Además de los informativos diarios, conducidos por periodistas como Luis Herrero o José María Carrascal, programaron debates como *La clave*⁷⁶, tertulias como *La Tarántula*, moderada por Antonio Herrero o espacios de entrevistas como *Simplemente Mayra*.

Los principales inconvenientes que encontraron fueron las continuas dificultades técnicas, que se dejaban notar en la mayoría de programas informativos en directo. El hecho de que muchos de los profesionales llegaran de la radio y que la plantilla fuera muy joven e inexperta pudo causar que la nueva cadena se hiciera famosa por los continuos errores en la retransmisión de los programas.

Los primeros reportajes de investigación los hizo un equipo creado por Carlos Estévez, periodista que comenzó su carrera en la revista *Triunfo* y pasó más tarde a TVE, donde fue reportero y corresponsal. Estévez dirigió a lo largo de los cuatro años de existencia del programa (1994-1998) la emisión de treinta y cinco reportajes. No había una periodicidad determinada en la emisión, lo que facilitaba que los reporteros tuvieran más tiempo para la investigación. El espacio, también llamado *Equipo de investigación*, se ocupó de temas tan diversos como las mafias rusas en España, los inmigrantes españoles que sufrieron la dictadura argentina, el tráfico de niños, las biografías del Rey, Luis Roldán y Felipe González. Pero, sobre todo, destacaron los reportajes dedicados al franquismo y a la Transición.

Hay que resaltar que en la década de los noventa se produjo un fenómeno nuevo. Las televisiones se sintieron libres para tratar con independencia aquellos temas relacionados con la dictadura. Fundamentalmente por dos motivos:

Por un lado, algunos de los actores de los acontecimientos deciden romper su silencio y participan en programas televisivos, proporcionando en algunos casos datos históricos que hasta ese momento permanecían ocultos (en especial, lo hacen en Antena 3); y por otro, comienzan a emitirse programas

⁷⁶ Programa presentado por José Luis Balbín, que primero ofrecía una película y luego establecía un debate sobre el tema. Nació en RTVE y fue retirado de la televisión pública en 1985.

que activan procesos de memoria crítica del franquismo y conectan en consecuencia con movimientos sociales antifranquistas (Palacio, 2012: 348).

El periodista Miguel Ángel Nieto⁷⁷ hace mención especial, como momento estelar, a un reportaje llamado “Se rompe el silencio”. Fue emitido en el 23 de febrero de 1994, a las 21:30 h, con motivo del aniversario del golpe de estado del 23-F de 1981. Asegura Nieto, que el programa aportó tres novedades importantes: “las declaraciones ante las cámaras del General Armada y del Teniente Coronel Milans del Bosch, la referencia al ambiguo papel desempeñado por el Rey y, la más importante, se ofrecieron imágenes inéditas del golpe” (1995: 144). Ese documento exclusivo fue conseguido por una periodista del programa, Marta Zein. Investigó qué cámaras de televisión habían tenido acceso al Congreso de los Diputados el día del golpe y consiguió unas imágenes de una televisión nórdica, que jamás habían sido vistas en España.

Otro de los programas de *Equipo de investigación* que merece especial atención es “Así murió Franco”, que realizó por el 19º aniversario de la muerte del dictador. Con la dirección de Carlos Estévez y el guión de Victoria Prego, el reportaje “pormenoriza con extraordinario detalle la evolución médica del dictador durante sus últimas semanas de vida aportando imágenes, documentos y testimonios inéditos, y mediante un notable ejercicio de contrastación y contextualización” (Lalueza, 2003: 359).

Este trabajo es un sólido ejemplo de periodismo de investigación que “posee ritmo audiovisual y es capaz de engarzar los lugares comunes que se conocen de la muerte de Franco, con testimonios novedosos e imágenes inéditas” (Palacio, 2012: 349).

El equipo médico que atendió a Franco habló por primera vez de su enfermedad. Rompían así un pacto de silencio de diecinueve años y lo hacían para el programa *Equipo de Investigación*. El reportaje recoge las declaraciones de los doctores que le atendieron en los momentos más críticos de su enfermedad. Especialmente llamativo es el testimonio del cardiólogo Alonso Castrillo que narraba cómo se le realizó una operación urgente de úlceras sangrantes en la enfermería de

⁷⁷ Doctor en Ciencias de la Información. Fue uno de los miembros de la plantilla que fundó Antena 3 Radio. Fue el periodista elegido por Antena 3 TV para ser el primero en dirigirse a los telespectadores el día de la inauguración de la cadena.

el Palacio de El Pardo. El médico relataba en el reportaje que Franco fue trasladado como un “pelele humano”, desnudo, envuelto en una alfombra y sangrando. Las condiciones en las que llevaron a cabo la intervención en aquel improvisado quirófano fueron un desastre, hasta el punto de fundirse los plomos y quedarse a oscuras en mitad de la operación. Aún así, los doctores lograron salvarle la vida.



(Figura 19: entrevista al cardiólogo Alonso Castrillo. Fuente: Antena 3 TV)



(Figura 20: recreación del quirófano donde se operó a Franco. Fuente: Antena 3 TV)

El diario *ABC* aseguraba que gracias al reportaje se abrió una puerta a la historia de seis semanas cruciales para el futuro de España, que nunca se le deberían haber ocultado a la población (Apostua, 21-11-1994).

En ocasiones, *Equipo de investigación* intentaba aproximarse a la actualidad con reportajes como “ETA: objetivo Madrid”, emitido a los cuatro días del atentado del ex presidente del Tribunal Constitucional, Francisco Tomás y Valiente⁷⁸. El asesinato coincidió con un trabajo de más de dos meses de investigación del programa sobre el “Comando Madrid” de ETA. El documento exponía las identidades de los miembros del comando, su infraestructura, así como sus tácticas para captar información y efectuar sus acciones armadas.

El diario *ABC* definió el reportaje como “Irresistible” (www.abc.es, 19-2-1996). Valoraba la oportunidad de la emisión, la excelente factura comercial y el minucioso trabajo estético. El espacio se emitió el 18 de febrero de 1996 y concitó a 2.707.000 espectadores frente al televisor en la noche del domingo. El dato era notable, pero es cierto que eran unos años en los que Antena 3 TV tenía los mejores resultados de audiencia de su historia. En concreto, en 1996, consiguió una media del 25%,

⁷⁸ Fue asesinado por ETA, el 14 de febrero de 1996, en su despacho de la Universidad Autónoma de Madrid donde ejercía como docente.

cinco puntos por encima de Telecinco, con un 20,2%, y casi dos por debajo de TVE 1, con un 26,9%.

Cadenas	1994	1995	1996	1997
TVE 1	27,6%	27,6%	26,9%	25,1%
Antena 3 TV	25,7%	26%	25%	22,7%
Telecinco	19,0%	18,5%	20,2%	21,5%
TVE 2	9,8%	9,2%	9%	8,9%

(Tabla 3: *share* de las principales cadenas durante los años (1994-1997)

Fuente: Sofres Audiencia de Medios)

A lo largo de sus cuatro años de historia, *Equipo de investigación* sufrió continuos cambios de hora y de día de emisión, en función de las necesidades de la cadena o de la actualidad. Según el diario *ABC*, en febrero de 1998, Antena 3 TV decidió regularizar las emisiones y programó el reportaje “Nazis en España” a las 01:20 h de la madrugada (www.abc.es, 2-8-1998).

José María Irujo, periodista de investigación, decía en *El País*, que el trabajo demostraba que España servía de puente para la huida de criminales de guerra nazis hacia Latinoamérica, y se preguntaba: “¿Todavía existe Odessa? ¿Los viejos nazis financian los movimientos neonazis que brotan en Barcelona? El reportaje encara el reto de contestar a estas y otras difíciles preguntas y el resultado, aunque a veces es demasiado rotundo, resulta interesante” (Irujo, 8-2-1998).

Unos meses más tarde, en 1998, Antena 3 TV decidió dejar de programar el espacio, a pesar de tener varios reportajes producidos y pendientes de emisión. “Carlos Estévez tiraba la toalla ante la desidia de su empresa respecto a este género informativo” (Díaz, 1999: 86). El director del programa aseguraba por entonces a el diario *El País* que “que los programadores preferían apostar por un producto más ligero y más frívolo, ya que el periodismo de investigación era un riesgo y les parecía algo marciano” (Estévez, 11-8-1998).

En la breve historia de los reportajes de investigación en televisión, es una constante, la falta de continuidad de los programas y el escaso interés de los responsables de las cadenas por fidelizar a la audiencia con este tipo de formatos. El que haya contados ejemplos de periodismo de investigación en televisión se debe, en parte, a que los empresarios buscan rentabilidad a corto plazo. En las

televisiones “existe una estructura de poder que busca dos objetivos: ganar dinero y transmitir ideología que sirva para conservar dicha estructura” (Reig: 2000: 81).

6.2.3.2. Telecinco

Telecinco nació en marzo de 1990, con el fin de entretener a sus espectadores. Bajo el eslogan “Tu pantalla amiga”, su director, Valerio Lazarov, diseñó una programación cercana y para todos los públicos. La mayoría de los formatos eran de humor, concursos, telefilmes o magazines. Lo más próximo al periodismo de investigación fue el programa *La máquina de la verdad*, en 1993. La promoción que realizó Telecinco, de la que se hizo eco *La Vanguardia*, presentaba el espacio como “un nuevo programa español de investigación [...] que va a poner la descubierto los casos más ‘calientes’ e inquietantes” (www.lavanguardia.com, 9-2-1993).



(Figura 21: publicidad de *La máquina de la verdad* encabezada por el titular “Nuevo Programa Español de Investigación”. Fuente: *La Vanguardia*)

La máquina de la verdad era un programa que se desarrollaba en un plató, presentado por Julián Lago, precedido por mini reportajes que situaban el tema que se iba a abordar. A juicio de Ferrán Lalueza ni los asuntos que se trataban, ni el enfoque, ni la puesta en escena responden al periodismo de investigación, sino más bien al *reality show*. La seña de identidad del programa era el polígrafo –supuesto

detector de mentiras— al que se sometía al invitado para ver si decía la verdad o estaba engañando a la audiencia.

En lugar de casos con relevancia social, abordaban cuestiones muy polémicas o de índole privado más propias de la crónica rosa. “Utilizaban el periodismo de investigación como tapadera respetable para después engendrar un producto muy alejado de la modalidad y de cualquier principio deontológico elemental de la profesión periodística” (Lalueza, 2010: 76).

Resulta chocante observar como periodistas de investigación tan reconocidos como Manuel Cerdán o Baltasar Magro formaron parte de ese equipo. Cerdán limita su colaboración a un reportaje sobre el 23-F titulado “El hombre del maletín”, que no llegó a emitirse, pero Magro fue subdirector y guionista del espacio.

El periodismo de investigación supone, generalmente, para el medio de comunicación que lo realiza correctamente un fuerte incremento en su prestigio. Por eso, existía la tentación por parte de algunos medios o empresas, de utilizar el termino investigación como reclamo publicitario. Habría que señalar *La máquina de la verdad* como uno de esos espacios que se anuncian con el nombre de periodismo de investigación con el objetivo de concitar la atención del público. No todo lo que se hace llamar reportaje de investigación se circunscribe a este tipo de periodismo.

Hay quién va más allá y asegura que “el periodismo de investigación no es más que un rótulo vistoso y bien sonante que responde a una falacia” (Díazhandino, 1994: 130). Entiende que se utiliza como señuelo y que sólo se debe diferenciar el buen periodismo del malo, ya que cualquier profesional debe tener como meta investigar.

En aquellos años, era complicado encontrar trabajos bien documentados e ilustrados con imágenes novedosas. Un ejemplo significativo de esto fue el intento que dos periodistas, Ricardo Arques y Carlos Berbell, llevaron a cabo en Telecinco para el programa *La máquina de la verdad*. Realizaron un reportaje sobre el empresario vasco José Ignacio López de Arriortúa, que en los años noventa se hizo muy famoso por revolucionar la industria automovilística. López de Arriortúa, popularmente conocido como “Superlópez”, consiguió resolver una de las mayores crisis de la historia de *General Motors* y sacó a *Volkswagen* de los números rojos en sólo dos años. El reportaje pretendía explicar cómo su meteórica progresión profesional se vio truncada a partir de 1996 por un escándalo. Fue acusado por parte de *General Motors* de fraude y robo de documentos confidenciales —planes de

fábricas y prototipos—, para llevarlos a *Volkswagen*. Sin embargo, el reportaje de investigación tenía una insalvable deficiencia, en sus cuarenta y cinco minutos de duración, no contenía más que una imagen, una secuencia de cinco segundos para ser exactos, de verdadera novedad (Nieto, 1995: 145).

Durante muchos años, la falta de imágenes fue el verdadero problema de los reportajes de investigación en televisión. A mediados de los años noventa, las televisiones encontraron una fórmula para hacer asequible y atractivo este producto al público: las cámaras ocultas. Poco a poco surgieron algunos trabajos, producidos principalmente por la empresa El Mundo TV, que empleaban estas micro cámaras.

6.2.4. El Mundo TV. Los reportajes con cámara oculta

Como ya mencionamos anteriormente, uno de los cauces para exportar los trabajos de investigación de los periódicos a la televisión era el reciclaje de los periodistas de prensa escrita en los medios audiovisuales. El principal exponente es Melchor Miralles, artífice junto a Ricardo Arques (al que acabamos de mencionar por su intento frustrado en Telecinco), de los reportajes de investigación sobre el GAL.

Melchor Miralles, tras muchos años en el *Diario 16* y *El Mundo*, recaló, de la mano de Pedro J. Ramírez, en la dirección de El Mundo TV; una división dentro de la empresa encargada de producir programas para la televisiones. El primer objetivo de Miralles, en 1998, fue poner en marcha un equipo de investigación que realizara reportajes con un sello especial. Debían ser trabajos en los que los periodistas de televisión rompieran las barreras establecidas por el medio, en cuanto a la consecución de pruebas que pudieran corroborar una denuncia. Para ello, decidieron que la cámara oculta era la solución a sus problemas.

Fernando Quintela, director de la productora a partir del año 2000, menciona que Miralles le llamó en 1998 y le dijo que tenía en la cabeza el objetivo de crear una gran factoría de reportajes. Que tenían que empezar ofreciendo algo que no hiciese nadie, algo que no existiese en el mercado, y a partir de ahí crear una factoría. Lo novedoso era que el periodista se jugase el tipo enfrentándose a mafias, infiltrándose en bandas criminales para poder conseguir la información y denunciar las tramas que iban descubriendo (Brichs, 2003: 131).

6.2.4.1. Primera línea

Primera línea es el nombre que dieron los directivos de El Mundo TV al equipo que comenzó a hacer este tipo de reportajes. Según Mark Wieting, que inició su andadura en la productora como reportero en 1999, el grupo era muy reducido y estaba formado por “Santiago Acosta, como subdirector, un productor, Hugo Serra, que era el que hacía las cámaras ocultas, yo y otro redactor Hary Camino” (Wieting, 2015)⁷⁹.

Los primeros reportajes que puso en marcha El Mundo TV tenían el sello del periódico: de denuncia y con espíritu crítico, pero localizados, todos ellos, fuera de España. Se sucedieron una serie de trabajos periodísticos que se fueron emitiendo, fundamentalmente, en Antena 3 TV. Los asuntos que se trataban eran de muy distinta índole, aunque siempre marcados por el riesgo, atrevimiento y la denuncia social. Eran temas internacionales que mostraban las irregularidades existentes en países en vías de desarrollo o en conflicto: tráfico de bebés en Paraguay, las mafias del Estrecho de Gibraltar, venta ilegal de armas en la antigua Yugoslavia, prostitución infantil en Panamá y Costa Rica y el tráfico de drogas en Colombia. Los seis primeros reportajes de esta etapa iniciática de El Mundo TV se realizaron fuera de España, y entre los quince reportajes desglosados en la siguiente tabla consiguieron una audiencia media del 24,8%.

⁷⁹ La entrevista completa se adjunta en el anexo 13.1.10.

Título	Localización	Fecha	Share	Espectadores
“El precio de un niño”	Paraguay	23-9-1999	26,6%	1.058.000
“Las mafias del estrecho”	Marruecos	11-11-1999	22,6%	1.048.000
“Trata de blancas”	R. Dominicana	31-1-2000	43,5%	2.638.000
“Vampiros de órganos”	México	8-5-2000	24,7%	1.287.000
“Niñas de alquiler” 1	Panamá	20-7-2000	36,1%	1.813.000
“Niñas de alquiler” 2	Panamá	27-7-2000	38,5%	2.153.000
“Maltratadas”	España	29-1-2001	28,1%	2.390.000
“Cocaína: en la cocina del infierno”	Colombia	14-3-2001	20,4%	1.470.000
“Mercado de menores”	Costa Rica	21-3-2001	13,3%	1.054.000
“Esclavos en España”	España	28-3-2001	20,1%	1.696.000
“Tráfico de armas” 1	Serbia	4-4-2001	14,6%	1.377.000
“Tráfico de armas” 2	Serbia	18-4-2001	7,5%	709.000
“Los negocios de la fe”	España	23-5-2001	12,6%	1.403.000
“La residencia de los horrores”	España	27-09-2001	33,5%	3.322.000
“Los correos de la droga”	España	25-9-2002	19,1%	962.000

(Tabla 4: reportajes realizados por El Mundo TV desde el año 1999 al 2002.

Fuente: El Mundo TV, según datos de Sofres Audiencia de Medios)

Este tipo de reportajes, en los que ponían en evidencia a los delincuentes, tenían dos características que los hacía muy reconocibles. La primera, que utilizaban el periodismo encubierto para conseguir sus objetivos y, la segunda, que la mayor parte del trabajo se hacía con cámara oculta. Con sus micro cámaras, los reporteros se hacían pasar por proxenetas para exponer lo sencillo que era conseguir una prostituta adolescente y traerla a España, o por traficantes de armas para comprar piezas de artillería en Bosnia. Estos reportajes daban una importancia fundamental a que el periodista ocultara su identidad y adoptara otra para conseguir su objetivo. A partir de entonces, y con la notable repercusión que tuvieron este tipo de reportajes, El Mundo TV, se especializó en realizar trabajos de periodismo encubierto con cámara oculta.

Mark Wieting asegura que El Mundo TV fue pionero en España a la hora de emplear la cámara oculta en los reportajes de investigación en televisión. Antes se

había hecho puntualmente pero no había una productora especializada en este tipo de reportajes de cincuenta minutos (Wieting, 2015).

Precisamente Mark Wieting fue, junto a otro reportero, Hary Camino, autor del segundo reportaje realizado por El Mundo TV. Se llamó “Las mafias del estrecho” y según Mark, era la primera vez que se abordaba en profundidad el tema de los inmigrantes que llegaban en patera a España desde Marruecos. “De esa época es el reportaje más duro y en el que se investigó una cosa que no se había hecho hasta ese momento, las mafias del estrecho” (*ibidem*).

Ambos periodistas aprovecharon que eran de origen boliviano (Mark) y mexicano (Hary), para justificar que estaban indocumentados y querían cruzar a España ilegalmente. Haciéndose pasar por ilegales intentaron acreditar que las autoridades marroquíes de la zona de Tánger estaban implicadas en la salida masiva de embarcaciones hacia las costas españolas.

Mark Wieting nos confirma que consiguieron entrar en una lancha que se dirigía a las costa gaditana, con otros treinta ilegales, tras pagar a los militares de Marruecos unas 600.000 pesetas (3.600 euros). Lamentablemente en el reportaje que se emitió no salían esas imágenes, ni las del viaje cruzando el estrecho porque las cintas se mojaron y el material quedó inservible.

Al llegar a la playa de Punta Paloma (Cádiz) los marroquíes saltaron de la lancha y huyeron corriendo a esconderse. Los dos reporteros fueron interceptados por la Guardia Civil y conducidos a los juzgados de Algeciras. En un principio les acusaron de ser los inductores del viaje. Al cabo de unas horas el juez les dejó en libertad sin cargos. Antena 3 TV aprovechó la tesitura para promocionar el programa con esas detenciones. Mark Wieting recuerda que el director de informativos de Antena 3 TV, Ernesto Sáenz de Buruaga, abrió el informativo con ellos, los detenidos, y eso hizo que se hablara bastante del reportaje. Aún así, el dato 22,6% y 1.048.000 espectadores de media, estuvo por debajo de los resultados obtenidos por la mayoría de los reportajes que hizo El Mundo TV en aquella etapa.

Uno de los reportajes que tuvo más repercusión fue “Niñas de alquiler”. Los periodistas simulaban ser proxenetas para mostrar de qué forma operaban las redes de prostitución de menores en la capital de Panamá. Tras una investigación de cuatro meses, que arrancaba en España, llegaron a contactar con tres proxenetas que ofrecían menores a sus clientes. En concreto, se citaban con una mujer llamada

Thonya, que tenía bajo su control a más de cuarenta niñas con las que comerciaba sexualmente.

Los reporteros de El Mundo TV grabaron con cámara oculta varias reuniones con la *madame*. A algunas citas llevaba, incluso, a las niñas para que el cliente pudiera elegir a su gusto. La proxeneta les ofrecía a menores, de entre trece y dieciséis años, por 250 dólares el día. Mark Wieting, uno de los reporteros que realizó aquel reportaje, recuerda que fue la única vez en su vida que descubrieron que llevaba una cámara oculta, como queda reflejado y hemos podido comprobar al ver el reportaje:

Esta persona tenía clarísimo que teníamos una cámara y fue una situación muy complicada, porque cuando se dio cuenta estábamos en el interior de su coche con su marido. Ella se imaginaba que éramos policías y estaba muy nerviosa. El compañero que iba conmigo le dijo que estábamos grabando porque los empresarios que habían hecho el encargo querían tener imágenes de las niñas. Eso nos sirvió para poder bajar del coche, pero al rato nos llamó y nos dijo que quería todo el material grabado. Nosotros le dijimos que se lo daríamos al día siguiente pero claro, lo que hicimos fue salir del país inmediatamente (2015).

El reportaje se dividió en dos partes. Tuvieron un 36,1% y un 38,5% de cuota de pantalla, respectivamente. Fueron emitidos en junio del 2000 en Antena 3 TV. Esta opción, poco frecuente hasta entonces, de ofrecer los reportajes de forma serializada, se repitió en más ocasiones a lo largo de la historia de la productora y casi siempre con mucho éxito.

Otra de las novedades que introducía este tipo de reportajes era el “asalto” final o “periodismo de emboscada”. Una vez finalizada la investigación y, mostradas las evidencias de que el individuo en cuestión era un proxeneta, un pedófilo o un esclavista, el reportero solía acudir en su busca, con una cámara y le pedía explicaciones. Una fórmula tomada del *60 minutes* americano y que ofrecía un final muy impactante al espectador.

La mayoría de los temas abordados por El Mundo TV estaban dedicados a la prostitución o las drogas. Javier Chicote asegura que los dueños de la productora lo hacían porque “vendían”, porque eran temas que tenían audiencia. Les reclamaba que fueran más allá del sensacionalismo, que profundizaran en las causas y analizaran la situación del país en el que se producían esos hechos (2006: 281).

Poco a poco, la productora fue abordando asuntos sociales que ocurrían en nuestro país. Uno de los reportajes de mayor calidad y que obtuvo unos datos de audiencia sobresalientes fue “La residencia de los horrores”, emitido en septiembre de 2001. Fue el programa más visto del día con un 33,5% de cuota de pantalla y 3.322.000 espectadores. Un trabajo de infiltración realizado por la reportera Sandra Mir en una residencia de ancianos de Colmenar Viejo (Madrid), en la que se maltrataba a los residentes. La periodista, haciéndose pasar por aspirante a enfermera, consiguió empleo en la casa de acogida. Allí, provista de su cámara oculta, comprobaba que los mayores eran tratados como si fueran muebles; cómo los empleados no tenían ninguna titulación y cómo los dueños incumplían la normativa. Gracias a esta investigación la Comunidad de Madrid clausuró la residencia un día después de la emisión del programa. Sin duda, los hallazgos obtenidos por la reportera, el tiempo empleado en la realización del reportaje, el modo de narrarlo y las consecuencias que se derivaron de ese trabajo, encuadran este reportaje en lo que tratamos de definir como periodismo de investigación hecho para la televisión.

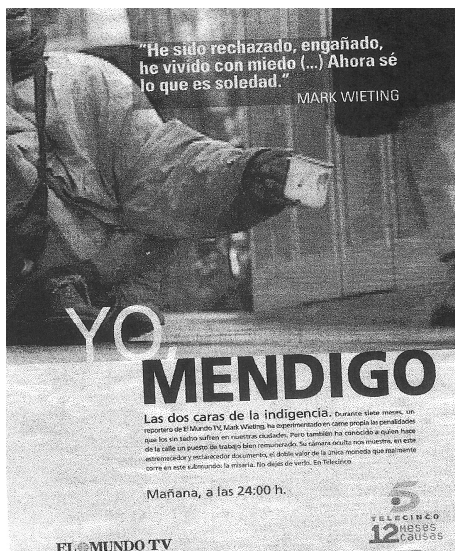
Javier Chicote analiza en su libro algunos de los reportajes realizados por El Mundo TV en aquella época. Los define como “periodismo de demostración” porque lo único que hacen los reporteros es ir con su cámara oculta para mostrar, la mayoría de las veces, lo que ya sabemos. El valor periodístico está en enseñar cómo se hace (2006: 273). Critica que el director de la productora Melchor Miralles, que en su día puso contra las cuerdas a los poderosos, se dedicara a tratar temas de carácter social mientras el “Poder” estaba tan tranquilo. Es posible que Chicote caiga en la simplificación de considerar, periodismo de investigación, sólo aquel que pueda poner en jaque a los poderosos.

Como señalan Secanella, 1986; Quesada, 1997 y Lalueza, 2003 el periodismo indagatorio también puede tratar asuntos que no afecten directamente al poder. Puede velar por los intereses de los ciudadanos y vigilar a aquellos, que sin ostentar un poder decisivo en el país, sí pueden ser determinantes para las vidas de muchas personas. Pondremos un ejemplo que pueda ilustrarlo. Hay pequeños empresarios que explotan a trabajadores inmigrantes indefensos; con horarios inhumanos, condiciones laborales insalubres y sueldos indignos. El dueño de esa empresa, no es un poderoso ministro, pero tiene en sus manos el porvenir de muchas familias y por tanto, el periodista que tenga conocimiento de esa situación

debe denunciarla y hacerla pública. Si además ese periodista realiza una investigación paralela que muestra cómo no se trata de una excepción, sino que existe una precarización en el empleo que afecta a la población, estará ofreciendo un periodismo de investigación tan útil o más que cualquier otro.

Otros dos ejemplos de periodismo comprometido y social fueron los reportajes “Yo mendigo” y “Maltratadas”. Este último seguía la historia de cinco mujeres que eran víctimas de la violencia doméstica. Especialmente impactante era el caso de Diana. Esta mujer permitió a los reporteros que colocaran una cámara oculta en su casa para que registrara los insultos y las vejaciones que sufría por parte de su pareja. El reportaje fue emitido el 31 de enero de 2001 en Antena 3 TV. Obtuvo unos datos de audiencia sobresalientes. Un *share* del 28,2%, con 2.390.000 espectadores de media. Estas cifras lo situaron como el programa más visto del día en la cadena.

“Yo mendigo” fue realizado por Mark Wieting. Según nos revela estuvo siete meses haciéndose pasar por indigente en las calles de Madrid. El reportaje tenía como objetivo mostrar el día a día de un mendigo a principios del siglo XXI. La frase de promoción del programa decía: “He sido engañado y he vivido con miedo. He sido rechazado por mi aspecto y he entendido lo que es la soledad, lo que es vivir en la calle, lo que es ser un mendigo”.



(Figura 22: promoción de “Yo mendigo” en *El Mundo*. Fuente: *El Mundo*)



(Figura 23: información en el periódico *El Mundo*. Fuente: *El Mundo*)

Como vemos en las figuras, el periódico *El Mundo* dedicaba un espacio considerable en sus páginas a la promoción de los reportajes que El Mundo TV

emitía en las diferentes cadenas. Normalmente, el mismo día de la emisión, publicaba un reportaje en el que se destacaban las revelaciones y declaraciones más impactantes conseguidas por los reporteros de la productora.

“Yo mendigo” se promocionó como un reportaje de investigación, pero tras un análisis del contenido podemos observar que se trata de un reportaje dramatizado, pero sin elementos que nos permitan clasificarlo entre los trabajos de investigación. No hay un afán por denunciar hechos desconocidos, ni se descubren mafias que explotan a los mendigos. El resultado es la narración de las vivencias del reportero al hacerse pasar por un indigente. El reportaje se emitió en Telecinco en febrero de 2002, haciéndolo coincidir con la iniciativa solidaria “12 meses 12 causas”⁸⁰ que tenía como campaña “Las personas sin hogar”.

El Mundo TV también produjo este tipo de trabajos con cámara oculta para las cadenas autonómicas. En concreto Canal 9 y Telemadrid emitieron muchos reportajes en el programa *Investigación TV*. Uno de los más destacados fue el caso de un abogado madrileño al que se acusó de enviar cintas pornográficas con violaciones infantiles a una falsa menor. A lo largo de casi dos meses, el programa siguió los pasos a través de internet de este presunto pedófilo.

Una reportera se hizo pasar por una menor y mantuvo una relación por internet con el abogado de cincuenta años de edad. Con el fin de verificar si era capaz de llevar a cabo sus pretensiones, se citó con él. El programa grabó el encuentro en el que ofrecía cuatrocientos euros a la supuesta menor por mantener relaciones sexuales con ella. Después de averiguar la identidad del internauta, *Investigación TV* puso todo el material en manos de la policía y el presunto pedófilo fue detenido a la salida de su domicilio.

Tras los brillantes resultados de los reportajes emitidos, los responsables de la productora El Mundo TV decidieron abrir el abanico de temas. Comenzaron a apostar por asuntos relacionados con personajes del mundo del corazón o del espectáculo. El primer éxito de este periodismo encubierto para la gran masa social, fue el reportaje emitido en Telecinco⁸¹, en septiembre de 2001, llamado “La gran

⁸⁰ Campaña solidaria que puso en marcha Telecinco en el año 2000. Pretendía sensibilizar a sus espectadores sobre doce temas sociales cada año. Para ello algunos programas dedicaban minutos de sus espacios a apoyar una causa y los presentadores de la cadena realizaban actos solidarios.

⁸¹ Antena 3 TV rechazó el reportaje de El Mundo TV por no encajar en la línea editorial de la cadena y se lo puso en bandeja a Telecinco. El programa fue líder del día con un 26,7% de *share* y 4.231.000 espectadores de media.

mentira del corazón”. Un programa dedicado a las falacias y engaños que rodeaban al periodismo de la crónica rosa y en donde se desvelaban los habituales montajes que organizaban los personajes que vivían de este negocio.

6.2.4.2. *Al descubierto*

El triunfo mediático, animó a la empresa El Mundo TV a seguir haciendo este tipo de trabajos. Sin embargo, en lugar de producir reportajes sueltos consiguieron crear y vender a Antena 3 TV un programa llamado *Al descubierto*, en el año 2002. Fue presentado por Santiago Acosta, periodista que había sido subdirector en la mayoría de los reportajes de investigación de El Mundo TV en su primera etapa. Este espacio combinaba el reportaje de investigación, con el debate en plató, y con la entrevista. Un programa híbrido que mereció el respaldo de la audiencia durante tres meses. *Al descubierto* se promocionaba en su página web como “lo que siempre se imaginó de los temas más espinosos, sumado a lo que nunca se atrevió a sospechar, lo hemos puesto al descubierto. Y siempre pillando ‘in fraganti’ en el estudio a personajes implicados, asistiendo en directo a la labor de investigación” (Mercado, 2004: 63).

El primer programa trató sobre el certamen de Miss España y el reportaje se dividió en dos entregas. Los reportajes mostraban a una periodista, Gema Marcos, que haciéndose pasar por modelo, conseguía, gracias a un soborno, que la nombrasen Miss Alicante y así poder presentarse al concurso de Miss España. La infiltración de la reportera se prolongó durante varios meses con el objetivo de denunciar el fraude del certamen. Para Chicote lo único que demostró ese reportaje era que “una de las delegaciones era corrupta, pero nada más. No consiguieron constatar que el concurso nacional era un pufo, a pesar de que lo insinuaron con insistencia” (2006: 271).

Antena 3 TV obtuvo en sus dos emisiones un 29% y un 37,5% de audiencia en horario de máximo consumo. La segunda alcanzó los 5.538.000 espectadores, superando a la retransmisión del partido de Liga de Campeones en TVE 1 y consiguiendo el mejor *prime time* del lustro en Antena 3 TV (Mercado, 2004: 64). Este reportaje tuvo una audiencia magnífica y una gran repercusión. El impacto social y mediático fue considerable. Supuso para el concurso de Miss España, y las

personas que lo organizaban, un autentico varapalo para su imagen, y en consecuencia para sus intereses empresariales.

Este reportaje desató una enorme polémica, ya que el método que utilizaron los reporteros para denunciar el fraude podía resultar una inducción por su parte. “Los periodistas provocaron el delito que destaparon. Aquí subyace la mayor desautorización del reportaje” (Chicote, 2006: 272).

El abogado de María Elena Dávalos, delegada de Miss España en Alicante y Murcia, se querelló contra El Mundo TV. Aseguraba que al ofrecer 4.500.000 pesetas (27.000 euros) a su defendida, para que consiguiese que Gema Marcos fuese elegida Miss Alicante, estaban induciendo al delito. La resolución judicial fue favorable a El Mundo TV al desestimar la demanda. “Por primera por primera vez, el Tribunal Supremo avala plenamente el uso de la utilización de la cámara oculta en un reportaje de investigación en el que se identifica a los sujetos afectados” (Navarro Marchante, 2014: 111).

El director de la productora, Fernando Quintela, se defendía de las acusaciones y negaba que provocasen el delito. “Hacemos lo que se llama ficción del delito, que está tipificado y reseñado en la ley, y nosotros no provocamos el delito [...] Cada paso que damos lo consultamos con Écija y asociados, que son nuestros abogados y son muchas veces ellos los que nos dicen lo que podemos o no podemos hacer” (Brichs, 2003: 135).

En las siguientes emisiones semanales, *Al descubierto* abordó varios asuntos con temáticas muy parecidas dedicados a las apariciones marianas de una visionaria sevillana, al timo de los curanderos y a los videntes telefónicos. La audiencia fue decreciendo paulatinamente hasta que su última entrega, dedicada a los ancianos, obtuvo un 12,1% de *share*. Durante sus más de tres meses en antena se emitieron dieciocho programas, con una audiencia media de 22% de *share* (Mercado, 2004: 64-65).

El objetivo final del *Al descubierto* era realizar un “periodismo de emboscada” en el plató. El personaje investigado era víctima de una trampa en vivo de la que el público era testigo en directo. La dinámica era siempre muy parecida. Primero, se ofrecía una parte del reportaje en el que alguien había sido investigado con cámara oculta; segundo, se hablaba cara a cara con ese personaje en plató; tercero, se le iban mostrando fragmentos de las grabaciones de la estafa, fraude o engaño que

había cometido, y, por último, se establecía un debate/confrontación con más invitados.

El siguiente paso, hacia el *show* puro y duro, fue un programa llamado *A corazón abierto*. El formato era muy parecido al anterior, lo que cambiaba era la temática. Los personajes puestos en evidencia en el plató eran del mundo del corazón. Fue emitido en Telecinco en el año 2003 y presentado por Jordi González.

María Teresa Mercado señala que a partir del éxito de audiencia de un reportaje dedicado a las mentiras de la prensa rosa (“La gran mentira del corazón”) se creó un nuevo formato de *infoshow*⁸² basado en el uso de cámaras ocultas y el debate en plató. Un tipo de programa híbrido que mezclaba diferentes géneros creando un espectáculo televisivo cuya principal meta era conseguir audiencia (Mercado, 2004: 65).

Apenas estuvo un mes en antena, ya que los protagonistas de la encerrona no siempre querían ir al plató de televisión para ser sometidos al escarnio público. El programa se emitió los jueves en *prime time* y tuvo una audiencia media, en sus cinco entregas, del 20,4%. El programa más visto fue el dedicado a Sara Montiel, con un 22,2 % de *share* y 3.528.000 espectadores.

Quintela asegura que, como productora, El Mundo TV respondía a las necesidades de las cadenas que demandaban ese tipo de programas. “La televisión es una industria. En el caso de *A corazón abierto*, es un programa con un componente de espectáculo clarísimo, por los personajes a los que se graba, por cómo está realizado el plató, y por el rodaje y los tertulianos que hay allí. La televisión al fin y al cabo es negocio y espectáculo” (Brichs, 2003: 148).

El modelo de éxito que había inventado el Mundo TV tenía tres ventajas que lo hacían empresarialmente rentable para las cadenas. Primero, la productora, se hacía cargo de todos los gastos y del equipo que elaboraba los reportajes. Segundo, entregaban un producto terminado que conseguía unos índices de audiencia y popularidad que beneficiaban a la emisora y, tercero, la cadena quedaba al margen de las posibles consecuencias legales que pudieran derivarse de la emisión del reportaje.

⁸² El *infoshow* se caracteriza, entre otras peculiaridades, por la búsqueda de emotividad dentro de las funciones del discurso periodístico, a través de la “espectacularización”, el sensacionalismo y la banalización de la actualidad (Gordillo, 2011: 94).

Al mismo tiempo también trajo una serie de inconvenientes para la productora:

Primero: la popularización de los reportajes con cámara oculta. Lo que era una herramienta útil para denunciar hechos se convirtió en un modo de grabación más. El uso indiscriminado de las cámaras ocultas provocó, según Quintela, que todo el mundo estuviera muy atento y no se fiara. La gente sospechaba de todo. A su redacción entraban llamadas de hospitales, asociaciones de abogados, equipos de fútbol, diciendo “oye, no nos estaréis grabando, porque nos han dicho que hay un equipo vuestro por aquí”. Todo el mundo estaba con esa fobia a la cámara oculta (Brichs, 2003: 132).

El director de El Mundo TV considera que esa psicosis surgió cuando comenzaron a utilizar las cámaras ocultas en programas como el mencionado *A corazón abierto*. “En cuanto se la metes a un personajillo del corazón, se te echa toda la gente encima. Ahora tenemos la cámara oculta en boca de todo el mundo, y encima de una forma negativa, simplemente por ser personajes del corazón los que se puedan ver afectados por las grabaciones” (Brichs, 2003: 133).

El Mundo TV había creado, entorno a la cámara oculta, una forma de trabajar y eso se deduce de las palabras de su director cuando se refiere a que tenían un departamento de tres personas dedicadas a la investigación y al desarrollo de las cámaras ocultas. “A veces la Policía o la Guardia Civil nos llamaban para interesarse por nuestros equipos porque ellos no llegaban a tener el desarrollo que teníamos nosotros. Nuestro equipo de I+D trabajaba casi las veinticuatro horas del día” (Brichs, 2003: 142).

Segundo: las sucesivas querellas que le fueron interponiendo a la productora por atentar contra el derecho al honor y la intimidad de las personas grabadas con cámaras ocultas en estos reportajes. De momento sólo eran querellas, pero como analizaremos en el capítulo 7.4.2.2., más tarde se convirtieron en condenas en firme.

Según Mark Wieting, si se ponen en una balanza todos los reportajes que se realizaron, en la mayoría de los casos se utilizó correctamente la cámara oculta. Aunque también reconoce que la exigencia de las cadenas por tener reportajes de cámara oculta pudo provocar un uso excesivo e injustificado en algunos momentos (2015).

6.2.4.3. *Crónica de una generación*

En el año 2001, El Mundo TV decidió ofrecer una alternativa distinta a los programas realizados exclusivamente con cámara oculta. Para ello, incorporó a su plantilla a Manuel Cerdán y Antonio Rubio, dos reconocidos periodistas de investigación del diario *El Mundo*. El objetivo era poner en marcha un programa llamado *Crónica de una generación*, cuyo propósito era hacer un repaso de los veinticinco años de democracia, a través de los grandes reportajes de investigación elaborados en prensa, pero completados con datos, imágenes y nuevas revelaciones. Los derechos de emisión de la serie fueron comprados por Antena 3 TV.

Además de Melchor Miralles como productor ejecutivo, el equipo estaba formado por Manuel Cerdán y Antonio Rubio, como jefes de investigación, Santiago Acosta como director; Marta Arribas como subdirectora y Marta Rivas como realizadora. El equipo lo completaban seis reporteros –entre los que se encontraba el doctorando– tres ayudantes de realización y dos guionistas. Durante casi dos años se produjeron veintiséis capítulos de unos cincuenta minutos de duración cada uno.

Los reportajes se basaban en documentos inéditos, declaraciones exclusivas o en los hallazgos periodísticos, la mayoría de las veces conseguidos por Cerdán y Rubio. Manuel Cerdán en la entrevista personal que nos concedió reconocía estar muy orgulloso del trabajo que se hizo y señalaba que cada tema de los realizados en *Crónica de una generación* incluía una exclusiva (2015).

En el reportaje sobre la matanza de obreros ocurrida en una iglesia de Vitoria, en 1976, a manos de la Policía, se ofrecían las conversaciones radiofónicas entre los agentes durante el asalto. En ellas se podía apreciar la determinación de los mandos policiales por acabar con la revuelta de una forma violenta y rápida.

En los sucesos del monte navarro de Montejurra, en 1975, se mostraban las imágenes del tiroteo entre carlistas y franquistas que acabó con la muerte de dos personas y de varios heridos. El reportaje explicaba de qué manera se había gestado el intento de matanza por parte de los franquistas con la llegada, incluso, de fascistas de otras partes de Europa.

En el programa sobre el golpe de estado del 23-F, se consiguieron las conversaciones telefónicas entre el abogado ultraderechista García Carrés y el

Teniente General Tejero el día del asalto al Congreso de los Diputados. Era un diálogo, que venía recogido y transcrito en el sumario judicial del caso, pero que nunca se había escuchado por televisión. Desde la centralita del hemicycle Tejero hablaba con Carrés y le ponía al corriente de la situación. A su vez, el abogado le insuflaba ánimos y le informaba de las reacciones del resto de los militares, la prensa y de gente de la calle. En las figuras 24 y 25, extraídas del programas “23 F: las llamadas secretas”, se pueden observar momentos de esas conversaciones.



(Figura 24: transcripción de las llamadas entre Carrés y Tejero. Fuente: El Mundo TV)



(Figura 25: Carrés anima a los golpistas a seguir con la moral alta. Fuente: El Mundo TV)

Cada programa de la serie era presentado por un periodista de prestigio. En esta ocasión el encargado fue el director de *El Mundo* Pedro J. Ramírez.



(Figura 26: Pedro J. Ramírez en la presentación del reportaje. Fuente: El Mundo TV)



(Figura 27: carátula del título del programa: “23F las llamadas secretas”. Fuente: El Mundo TV)

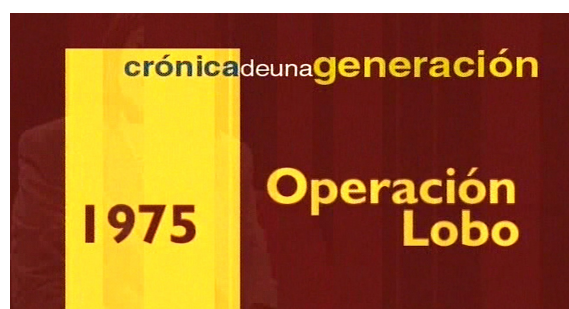
Hubo otros temas destacados como el que desvelaba nuevas pruebas sobre los asesinatos de los etarras Lasa y Zabala; el dedicado a los negocios ilegales del alcalde de Marbella, Jesús Gil y Gil, o el que mostraba los papeles del servicio secreto español, el CESID. Asuntos, todos ellos de mucha trascendencia durante las

décadas de los ochenta y noventa y, sobre los que todavía quedaban flecos por descubrir.

Pero el golpe de efecto del programa era la entrevista exclusiva con el primer infiltrado en ETA. El estreno de *Crónica de una generación* era un monográfico sobre “El Lobo”. Este espía, cuyo nombre real era Mikel Lejarza, fue el artífice de la detención de la cúpula etarra en 1975⁸³. El reportaje fue presentado mediante una entradilla por la periodista Rosa Montero.



(Figura 28: presentación de Rosa Montero de “Operación Lobo”. Fuente: El Mundo TV)



(Figura 29: cabecera del reportaje “Operación Lobo”. Fuente: El Mundo TV)

Los periodistas Antonio Rubio y Manuel Cerdán consiguieron la primera entrevista con “El Lobo”. Recorriendo los lugares claves de su infiltración por el País Vasco, Mikel Lejarza relataba cómo logró infiltrarse en ETA, los peligros que corrió y su convivencia junto a los miembros de la banda etarra. Parte de la entrevista a Mikel Lejarza se hizo con cámara oculta a petición del interesado, ya que no quería que la presencia de las cámaras alertara de su presencia en la zona.

⁸³ La “Operación Lobo” efectuada en 1975 logró detener a la cúpula etarra con la desarticulación de varios comandos en Madrid y Barcelona. Fueron apresados 150 etarras entre los que se encontraban miembros destacados de ETA como *Ezkerra* y *Wilson*. Desde entonces “El Lobo” se convirtió en objetivo prioritario de la banda terrorista.

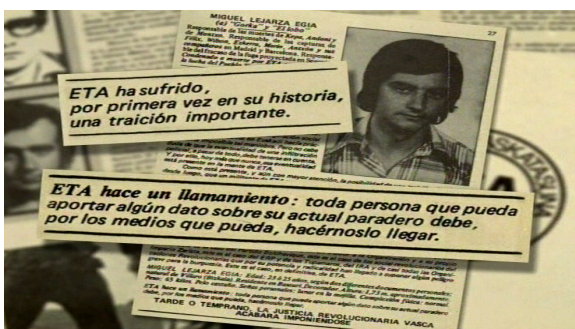


(Figura 30: Cerdán y Rubio entrevistan en un parque a “El Lobo” Fuente: El Mundo TV)

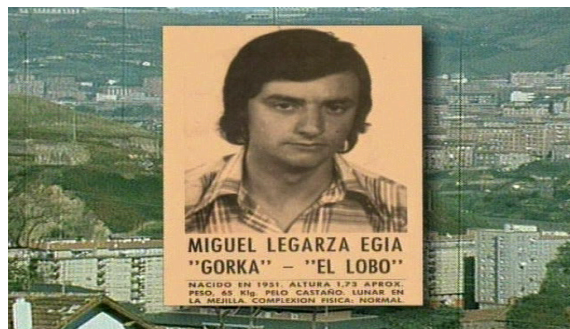


(Figura 31: entrevista a “El Lobo” en un bar con cámara oculta. Fuente: El Mundo TV)

Cerdán y Rubio contaron en “Operación Lobo” cómo a Lejarza, tras hacer un valioso trabajo para el Estado, los servicios de inteligencia le dejaron abandonado y sin cobertura. Hasta el punto de que tuvo que operarse el rostro para cambiar su aspecto físico. ETA había puesto precio a su cabeza.



(Figura 32: nota redactada por ETA para localizar al “traidor”. Fuente: El Mundo TV)



(Figura 33: cartel con la foto de “El Lobo” difundido por ETA. Fuente: El Mundo TV)

“Operación Lobo” es uno de los reportajes de investigación más conocidos de los últimos años, y del que se ha hecho hasta una película⁸⁴. El valor periodístico de este documento se basaba en la dificultad de obtener un testimonio tan valioso. Las declaraciones de Mikel Lejarza explicaban lo que hasta entonces sólo sabían los servicios secretos españoles: cómo era posible dismantelar un comando terrorista gracias a la acción de un infiltrado.

Sin embargo, “Operación Lobo” sufrió como todo el programa *Crónica de una generación*, el rechazo de Antena 3 TV. Cuando la serie estuvo terminada fue a parar a un cajón de la cadena y nunca se llegó a emitir de forma íntegra. Los

⁸⁴ La película “El Lobo” dirigida por Miguel Courtois y producida por Mundo ficción fue estrenada en 2004. Consiguió dos premios Goya y tres nominaciones.

motivos por los que nunca salió a la luz, los saben Ernesto Sáenz de Buruaga, por entonces director de Informativos de Antena 3 TV, cadena que había comprado la serie, y Melchor Miralles, director de EL Mundo TV. Manuel Cerdán señala que hubo un cambio en la dirección de *Telefónica*, máximo accionista de la cadena desde 1997 a 2003, y, por razones políticas, dejaron la serie en un armario (2015).

Como hemos visto en la evolución del periodismo de investigación en la prensa, eran años en los que políticamente existía un pacto de silencio entre el gobierno de José María Aznar y el resto de las fuerzas políticas. En *Crónica de una generación* se hacían muchas revelaciones hasta entonces desconocidas y de mucho valor político e histórico.

El hecho de que el reportaje de “El Lobo” estuviera en un cajón de Antena 3 TV, sin ser emitido, indignó a Melchor Miralles, que tres años después vendió el tema a Telecinco. El inconveniente era que su relación con Cerdán y Rubio ya no era la ideal y no podía volver a contar con Mikel Lejarza para repetir el reportaje en las mismas condiciones. Entonces, utilizó los brutos originales y el audio de las declaraciones que hizo “El Lobo”, en su día, a *Crónica de una generación* y, recreó con un actor la entrevista y las situaciones que se contaban en el reportaje original. Eso fue desvelado por varios medios de comunicación (www.periodistadigital.com, 27-2-2011). Al menos, ese reportaje pudo emitirse, pero otros muchos todavía permanecen inéditos en algún lugar de Antena 3 TV.



(Figura 34: imagen de la entrevista de Melchor Miralles al supuesto “Lobo”. Fuente: Telecinco)

El reportaje fue emitido en Telecinco el 1 de noviembre de 2004, cuatro días antes del estreno en los cines de la película “El Lobo”. Se programó a las 19:30 h de la tarde, un horario poco habitual para este tipo de reportajes. Tuvo una buena acogida de la audiencia, con 2.790.000 telespectadores de media y un 21,9% de

cuota de pantalla, cuatro décimas por encima de la media de la cadena ese mismo día. Curiosamente, el programa *7 días, 7 noches* de Antena 3 TV emitió el reportaje auténtico, el de *Crónica de una generación*, dos semanas después. El reportaje lo titularon “Lobo: un topo en ETA”. Registró un 22,2% de *share* y 2.069.000 espectadores de media.

6.2.4.4. 7 días, 7 noches

7 días, 7 noches, también producido por El Mundo TV, comenzó sus emisiones en septiembre de 2003, en Antena 3 TV. La idea original era realizar un magazine con entrevistas, debates, crónica social y reportajes. Mark Wieting, reportero en aquel programa, asegura que el modelo a seguir era la revista *Interviú*. Querían que fuese un contenedor en el que cupiese desde una entrevista a un político, a un *striptease* al final del programa. Contenidos muy diversos cada semana (2015).

Durante su primera etapa, presentado por Pedro Piqueras, se programó los jueves en el *late night*⁸⁵ compitiendo con *Crónicas Marcianas*⁸⁶. La novedad con respecto a otros magazines era que incluía reportajes de investigación del estilo de los producidos por El Mundo TV. No obstante, la escasez de tiempo del que disponían provocaba que la mayoría de los trabajos se quedaran en el ámbito de la denuncia periodística.

Había diez reporteros encargados de realizar las tareas de redacción. Para Mark Wieting, *7 días, 7 noches* fue una cantera de muy buenos periodistas televisivos que hoy en día triunfan en otros formatos como Juan Ramón Gonzalo (actual director de *La Sexta Noche*), Eva Tribiño (subdirectora de informativos Telecinco), o Alejandra Andrade y Jalis de la Serna (directores de *En tierra hostil*).

En el primer año tuvo tres presentadores: Pedro Piqueras, Juan Ramón Lucas y Teresa Viejo. Coincidiendo con la entrada de esta última conductora, en

⁸⁵ Este término anglosajón se usa para delimitar la franja horaria televisiva que va desde las 23:30 h hasta las 02:00 h aproximadamente.

⁸⁶ Magazine presentado por Javier Sardá desde el año 1997 hasta 2005. Se emitía en Telecinco de lunes a jueves. Lideró la franja del *late night* durante varios años. En concreto, la temporada que apareció *7 días, 7 noches* tuvo un 37,7% de media anual.

septiembre de 2004, la producción la asumió la propia cadena. El programa se mantuvo en antena hasta el año 2007

6.2.5. Otras productoras

Al comprobar el éxito de El Mundo TV, otras productoras decidieron apostar por el periodismo de investigación. ATLAS (Agencia de Televisión Latinoamericana de Servicios), puso en marcha en Telecinco, el programa *Infiltrados*, un grupo de reporteros al servicio de este tipo de reportajes de investigación. Como su nombre indica, la tarea de los reporteros consistía en infiltrarse. En la promoción del espacio, la página *web* de la cadena recalcaba que *Infiltrados* no era un programa de cámara oculta, aunque la utilizaría como una herramienta⁸⁷, “sino un espacio en el que los hechos noticiosos son analizados en profundidad a través de un equipo de reporteros que, durante una media de tres meses de trabajo, recopilan datos, consultan fuentes y, a través de imágenes y testimonios, muestran situaciones de relevancia humana y social” (*www.vertele.com*, 1-8-2002).

El primer programa en salir en antena, en el año 2002, fue “Operación en el asfalto”, coincidiendo con los desplazamientos por carretera de millones de españoles durante el 1 de agosto. Fue presentado por el abogado y tertuliano Javier Nart, que se limitaba a realizar una entradilla de introducción del reportaje. El programa no pretendía investigar nada, sino mostrar las acciones conjuntas de la Guardia Civil de Tráfico y los servicios de urgencias sanitarios para prevenir los accidentes automovilísticos.

A este reportaje, le siguieron otros sobre el acoso sexual en el trabajo, el engaño de los falsos curanderos, la prostitución o la violencia de los radicales en las manifestaciones antiglobalización. En total ocho especiales de unos cincuenta minutos de duración.

Uno de los reportajes más significativos fue “Narcotráfico en la Habana”. El equipo tardó más de un año en terminarlo por dificultades de producción. Un grupo de periodistas se trasladó a Cuba para intentar demostrar la relación de Fidel Castro con el tráfico de droga en La Habana. Los reporteros se hicieron pasar por

⁸⁷ El Mundo TV recibió bastantes críticas por el uso sistemático y desmesurado de la cámara oculta en programas como *Al descubierto* (De La Casa, 20-3-2002).

compradores de cocaína para cerrar un negocio con narcotraficantes de la capital cubana. Con una cámara oculta, consiguieron grabar a un cubano que les pretendía vender siete kilos de cocaína, según decía, con la aquiescencia del gobierno de Castro.

Estos programas apenas tuvieron repercusión, ya que la mayoría fueron emitidos pasada la medianoche y durante el mes de agosto, la época del año de menos consumo televisivo. Telecinco los programó en el *late night* y tampoco los promocionó exhaustivamente.

Otro de los intentos por lograr los éxitos de El Mundo TV lo llevó a cabo la productora Europroducciones y su filial MEDIANET. El principal programa de esta empresa era el magazine *Día a Día* presentado por María Teresa Campos en las mañanas de Telecinco. En el año 2002 decide crear un equipo de reporteros para elaborar reportajes de investigación con la intención de vendérselos a las grandes cadenas.

El primer tema que trataron fue un reportaje sobre la trama española, en relación con los autores de los atentados del 11-S en Estados Unidos. “11 de septiembre: la conexión española” reproducía, paso a paso, el recorrido de Mohamed Atta por España y aportaba los testimonios de algunas de las personas que le conocieron. Atta, el piloto que se estrelló contra la Torre Norte de Nueva York, viajó a España cincuenta y seis días antes de los atentados.

A este trabajo, que se emitió en Telecinco, le siguieron otros dos reportajes que fueron programados en Antena 3 TV: “Sicarios: el precio de la muerte” y “Falsificando el lujo”. Ambos tenían una duración de cincuenta minutos y se emitieron en el *late night*. El primero, el dedicado a las falsificaciones, obtuvo un 11.8% de cuota, y el segundo, que trató sobre los asesinos a sueldo colombianos consiguió un 12.6% de *share*. Tan sólo contabilizamos tres reportajes en lo que fue una aventura efímera de una productora sin experiencia en el campo de los reportajes de investigación, pero que quiso probar suerte en un momento en el que estaban de moda.

7. OBJETO DE ESTUDIO: EL PROGRAMA *DIARIO DE...*

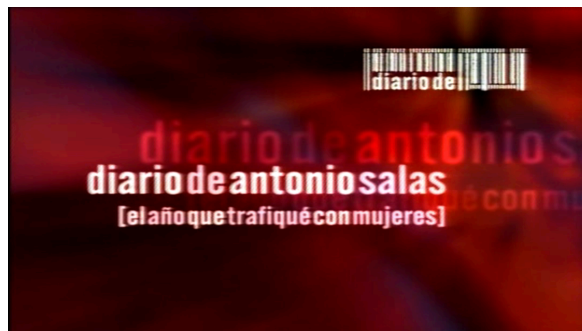
Diario de... es un programa que surge en el mes de abril del año 2004 y que se prolonga en el tiempo hasta el mes de julio de 2014. En estos diez años hay que distinguir diferentes etapas. La primera se desarrolla en Telecinco y va desde su creación hasta finales de 2010. La segunda, esta vez en Cuatro y con el nombre de *Diario de.... denuncia tu causa*, comienza en el mes de abril de 2011 y termina a principios de 2014. Y la última etapa, el programa se llamó *La Redacción* y tuvo una historia muy breve en Cuatro, sólo llegó hasta julio de 2014.

7.1. Antecedentes

Para poder entender el objeto de estudio es conveniente señalar los antecedentes que desde el punto de vista práctico lo hicieron posible. Antes de que se pusiera en marcha el *Diario de...*, con la presentación de Mercedes Milá, las personas que lo dirigimos, colaboramos con Antonio Salas en la emisión de su investigación “El año que trafiqué con mujeres”⁸⁸, producido por SALTA y con la cabecera de *Diario de...*, como se puede apreciar en las figuras 35 y 36.



(Figura 35: logotipo del programa con el rótulo de la productora SALTA. Fuente: Telecinco)



(Figura 36: título del reportaje antecedente del programa *Diario de...* Fuente: Telecinco)

Era su segunda incursión en el periodismo de infiltración, tras el éxito de “Diario de un skin”, en el que Antonio Salas se transformó en un cabeza rapada. En su nueva aventura periodística, su objetivo era convertirse en un proxeneta. Su

⁸⁸ Antonio Salas escribió un libro sobre su infiltración y posteriormente se hizo un telefilm basado en ese texto. Fue emitido en Antena 3 TV, en el año 2005.

intención era evidenciar las lamentables condiciones de vida que soportaban las prostitutas y, sobre todo, aquellas que eran vendidas por redes mafiosas extranjeras. Haciéndose pasar por un proxeneta, Antonio Salas negociaba con los jefes de las mafias el precio de las mujeres. Durante más de un año convivió con las chicas y trató con otros proxenetas. De esa forma procuraba reflejar cómo se comerciaba con seres humanos en pleno siglo XXI.

El reportaje simultaneaba las entrevistas personales a las meretrices exponiendo su modo de vida, con la investigación puramente dicha, en la que Antonio Salas comerciaba con otros proxenetas para la entrega de niñas menores de edad procedentes de México. Además de este interesante aporte periodístico, el reportaje se completaba con el supuesto escándalo de la prostitución de “pseudofamosas” conocidas por sus apariciones en televisión. El reportaje conjeturaba, apoyado en suposiciones, que determinadas mujeres del mundo del corazón se ganaban la vida trabajando en algunos prostíbulos.

Merced a este giro hacia el puro espectáculo, el reportaje se convertía en una mezcla de trabajo periodístico y de programa morboso, del que sacaron provecho buena parte de los espacios de las cadenas de televisión. El reportaje se emitió en Telecinco. Fue guionizado y completado por un equipo de investigación de SALTA, que comenzaba así su andadura en un programa llamado *Diario de...*

A continuación, y como segunda parte de “El año que trafiqué con mujeres” y ya, en absoluta colaboración con el equipo de *Diario de...* se elaboró el reportaje “Esclavas del vudú”, en el que Antonio Salas continuó simulando ser un proxeneta para desenmascarar a una red de tráfico de personas. En concreto, ciudadanos de Nigeria, que traían a compatriotas desde este país africano para que ejercieran la prostitución bajo la amenaza del vudú y el control sobre sus familiares. Mientras un equipo de reporteros se desplazaba a Nigeria para enseñar qué sencilla y a la vez qué cruel puede ser la compra de una mujer, Antonio Salas, en España, negociaba con el proxeneta la libertad de una de sus chicas. Gracias a esta investigación y a las pruebas que el programa presentó a la policía, el proxeneta fue detenido por las fuerzas de seguridad y las meretrices que tenía bajo su custodia fueron liberadas.

“El año que trafiqué con mujeres” daba demasiada importancia y concedía excesivo tiempo al tema de las “pseudofamosas”, supuestamente prostitutas y, por tanto, se perdía en chismorreos de escasa relevancia social. En cambio, “Esclavas del vudú” sí tenía elementos para considerarlo un trabajo de investigación

periodístico. Consideramos que el tiempo empleado en la elaboración del trabajo, la información relevante obtenida y las consecuencias de la emisión del reportaje son razones suficientes para calificarlo como de investigación. Sin embargo, el análisis que hace Javier Chicote es distinto. Opina que el tema en sí es conocido y no se descubre nada nuevo. “Todos sabemos que en países pobres un proxeneta paga una cantidad de dinero y se trae varias mujeres para que ejerzan la prostitución en España. Hay que dar un paso más para poder hablar de periodismo de investigación. No vale con desenmascarar a uno de estos chulos” (2006: 275).

Creemos que el periodismo de investigación no deja de serlo, dependiendo de lo que la gente sepa o no, de manera genérica. ¿Acaso la gente no sabe que algunos políticos roban? ¿No era muy notorio que en Guantánamo se torturaba a los presos? ¿Podemos imaginarnos que los policías, a veces, son corruptos? ¿Eso significa que no podemos volver a investigar estos temas? Los asuntos investigados por los periodistas suelen ser recurrentes, pero eso no significa que no debamos seguir tratando esos asuntos. Y en cuanto a la menor importancia que le da Chicote a la detención de un “chulo”, hay que decir que esa captura puede llevar a la policía al desmantelamiento de una red mayor.

La prostitución tiende a ser denostada como tema de investigación, pero no es un asunto baladí. No sólo por el dinero que mueve ilegalmente –la Organización Profesional de Inspectores de Hacienda del Estado calcula que si se regularizase el sector de la prostitución el Ministerio de Hacienda recaudaría 6.000 millones de euros al año–, también porque su actividad es básicamente criminal y denunciar a uno de estos delincuentes puede salvar vidas. Desde que existe el periodismo de investigación se ha tratado este tema desde muy distintos puntos de vista. Uno de los primeros ejemplos de periodismo de investigación del que se tiene constancia fue sobre la trata de blancas en Londres. Lo hizo el británico William T. Stead, en 1885, para el *Pall Mall Gazette*. En el trabajo desvelaba la existencia de una red que traficaba con jóvenes londinenses a las que utilizaban como esclavas sexuales en otros puntos del continente.

7.2. *Diario de...* nace por casualidad

Es necesario comentar los difíciles comienzos de *Diario de...*, en abril de 2004, para comprender mejor su evolución posterior. El formato surge de la necesidad de darle forma a una serie de reportajes producidos por Antonio Salas de una manera más o menos autónoma. Tanto para “El año que trafiqué con mujeres” y “Esclavas del vudú”, como para otros cuatro reportajes más encargados por la cadena, se crea un equipo de trece personas. Este grupo debía acabar los dos reportajes de Antonio Salas y producir cuatro más, de unos cuarenta y cinco minutos de duración cada uno, en poco más de dos meses.

Una vez emitidos los dos primeros reportajes con estupendos datos de audiencia –“El año que trafiqué con mujeres” consiguió un 27,6 % de *share*, con 4.364.000 espectadores de media, y “Las esclavas del vudú” un 22,6% con 3.430.000 seguidores–, según datos de Sofres, Telecinco ve factible la posibilidad de que este tipo de reportajes tengan una continuidad en emisión, en principio, con una periodicidad sin concretar, y sin un formato definido.

Es entonces cuando Santiago Botello, uno de los directivos de SALTA, ve en Telemadrid una entrevista⁸⁹ realizada por Juan Ramón Lucas a Mercedes Milá. En ella, la periodista elogiaba el libro que Juan José Millás había escrito sobre el caso “Nevenka”, una concejal de Ponferrada (León), que denunció en 2001 a su alcalde por acoso sexual, y fue la primera sentencia condenatoria por este delito contra un cargo político. El directivo hiló esa historia con un reportaje de acoso sexual a una mujer, que estaba grabado y que permanecía sobre su mesa, sin emitir. Decide, entonces, que Mercedes Milá podría ser la indicada para conducir un reportaje sobre el acoso sexual a las mujeres en el trabajo. Así, se contacta con la periodista, que aunque presentaba *Gran Hermano*⁹⁰, se mostró entusiasmada con la idea de compaginar ambos proyectos.

Yo lo recuerdo como si me hubiera tocado la lotería [...] Aterricé en *Diario de...* para grabar un *off* de una investigación que estabais haciendo de un

⁸⁹ La entrevista fue realizada para el programa *Todo Madrid*, un magazine producido por El Mundo TV para Telemadrid, que estuvo en antena entre 2002-2004.

⁹⁰ *Reality show* creado por el neerlandés John de Mol y desarrollado por su productora, Endemol. Fue emitido por primera vez en España en el año 2000. Telecinco ofrecía el primer concurso de telerealidad de la televisión española. Este año 2015 se emite su 16ª edición.

tema sobre el maltrato psicológico en el trabajo. Me llamó Santi Botello para grabar ese *off*. La anécdota graciosa es que yo le dije, ¿cuánto me pagas? y él me dijo, no tengo dinero. Yo le dije ¿tú que te crees que eres una ONG?. Yo no sabía nada de vosotros y cuando fui a grabar el *off*, os conocí. Y entonces fue cuando dije no solamente no cobro, sino que trabajo gratis, e incluso pedí que considerara la posibilidad de trabajar con vosotros. Y a partir de ahí, nos casamos y duramos diez años (Milá, 2015)⁹¹.

La idea de implicar a una periodista como Mercedes Milá en el programa era posible, pero ahora había que saber encajar las piezas. Por un lado, un programa de reportajes y por otro, Mercedes Milá; cuyos últimos trabajos televisivos habían sido debates en platós o *reality shows* en directo⁹². Mercedes Milá menciona que se produjo una sinergia muy interesante.

Por un lado la dirección del programa había trabajado con Pepe Navarro donde habían cosechado el éxito haciendo temas periodísticos muy potentes y yo venía, de toda una vida haciendo periodismo en televisión, pero a su vez, en los últimos tiempos, haciendo *Gran Hermano*. Éramos como mundos distintos pero que se juntaban en el entretenimiento, en cierto modo. El periodismo que le llegara a la gente, pero no de forma aburrida, sino todo lo contrario (*ibidem*).

Alberto Muñiz, director del programa, y el doctorando, como coordinador, éramos los encargados de hacer el puzle. Estábamos convencidos de querer realizar reportajes, con vocación periodística, que denunciaran cosas que le preocuparan a la gente, pero queríamos innovar en la forma de contarlos. Le propusimos a la periodista que fuera ella la que se convirtiera en el hilo conductor de las historias; que a través de ella el espectador se identificara con el tema que se tratara; que ella sirviera de guía al televidente. Mediante su aparición en pantalla con entradillas, entrevistando a los personajes, ofreciendo sus conclusiones a cámara o simplemente acudiendo a los lugares claves del reportaje, dotaría al reportaje de algo nunca realizado en España.

En su dilatada carrera profesional, Mercedes Milá nunca había trabajado en ningún programa parecido y ni siquiera lo había visto en España. “Por lo tanto, sí

⁹¹ Entrevista que se adjunta completa en el anexo 13.1.9.

⁹² Mercedes Milá comenzó su carrera profesional en televisión en los servicios informativos de RTVE, luego pasó a *Informe Semanal*. Posteriormente presentó varios programas como *Buenas Noches* (TVE 1) *de Jueves a Jueves* (TVE 1) o *Queremos Saber* (Antena 3 TV).

sentía que estábamos en un camino nuevo, y a mí eso me motivaba muchísimo” (Milá, 2015).

Tomando como referente los trabajos de Michael Moore⁹³ y sus documentales reivindicativos, el programa quiso que Mercedes Milá, en aquellas historias de flagrante injusticia social, diera un paso más; que exigiera a los responsables políticos o empresariales que respondieran ante las cámaras.

La primera intención fue hacer un programa de reportajes con esas características, pero el equipo era muy reducido y las previsiones de emisión no estaban claras. Lo único que se sabía es que había que producir seis reportajes en poco más de dos meses, lo que implicaba una falta de tiempo evidente para poder investigar.

El primer objetivo era cumplir los planes de producción y el segundo hacer un formato diferente y dinámico que gustase al espectador. Las primeras emisiones estuvieron marcadas por las prisas y una cierta incoherencia en el fondo y en la forma de tratar los temas. No era fácil compaginar el criterio de los miembros del programa, los intereses de la cadena y el perfil de la presentadora. Eso llevó su tiempo, como ella misma reconoce. “A mí me decían, hay que ir a grabar tal entrevista [...] y para que me dejaran opinar, tenía que luchar a brazo partido. Poco a poco me fuisteis dando espacio y nos entendimos. Tampoco yo tengo un carácter fácil, pero creo que al final la cooperación fue muy buena” (Milá, 2015).

Nunca hubo un decálogo de objetivos, ni unos principios básicos escritos, ni una declaración de intenciones. Tan sólo una nota de prensa que explicaba de manera genérica como sería el programa. *Diario de...* fue progresivamente moldeándose con el paso de los reportajes.

El objetivo del programa era hacer periodismo, periodismo con p minúscula y en la calle, que es lo que no hacía nadie en ese momento. [...] Yo estaba sedienta de eso, porque estaba haciendo *Gran Hermano*, y lo que le pedí a Paolo Vasile (Consejero Delegado de Telecinco) fue: hago *Gran Hermano* pero a cambio pido que durante todo el resto del año pueda estar en la calle haciendo periodismo. Y resulta que unimos el hambre con las ganas de comer (*ibidem*).

⁹³ Documentalista y cineasta norteamericano autor de obras como *Bowling for Columbine*, *Fahrenheit 9/11* y *Sicko*. Sus trabajos se caracterizan por abordar temas polémicos en EE. UU. con un tono reivindicativo, agresivo y mordaz.

El primer *Diario de...* conducido por Mercedes Milá abordó el acoso sexual en el trabajo. El reportaje narraba tres historias. La primera trataba el caso de Nevenka Fernández. Mercedes Milá entrevistaba, por primera vez en televisión, al Alcalde de Ponferrada, Ismael Álvarez, condenado por acosar sexualmente a su concejala. La segunda historia, mostraba, gracias al uso de la cámara oculta, el agobiante acoso que sufría una joven trabajadora de una papelería por parte de su jefe. La propia víctima utilizó la micro cámara para grabar las vejaciones sexuales a que era sometida día tras día⁹⁴. La cámara oculta mostraba imágenes y sonidos muy impactantes que reflejaban el acoso que sufría esta empleada, con tal de mantener su puesto de trabajo.



(Figura 37: el jefe le toca la cara a la empleada mientras está trabajando. Fuente: Telecinco)



(Figura 38: el jefe agarra a la empleada de la cintura y esta se queja. Fuente: Telecinco)

La joven sabía que denunciar era un riesgo, pero aún así asumió las consecuencias. Así lo expresaba en un momento del reportaje:

Mi jefe sabe perfectamente que yo necesito estar ahí, que yo tengo que pagar un piso, un coche, muchas cosas, y que necesito el puesto de trabajo. Yo pienso que él directamente piensa que no me voy a atrever a hacer nada ni ha denunciarle, ni a nada porque yo necesito el dinero, y denunciarle significaría quedarme sin trabajo. ("Diario de... un acoso sexual", Telecinco 31-5-2004).

El tercer caso, se basaba en el diario de una mujer que soportó durante once años el acoso sexual de su jefe. Sus negativas provocaron su degradación laboral y

⁹⁴ El magistrado Santiago Vidal afirmaba en el programa que "ningún tribunal declararía ilícita esa cámara oculta en este reportaje porque era proporcionada a la protección del bien jurídico que estaba en peligro, la dignidad de la víctima" (Extracto del programa "Diario de... un acoso sexual", 31-5-2004).

hasta amenazas de muerte. A través del relato escrito y del testimonio de esta víctima, el programa reconstruyó su historia por la que su acosador fue condenado a indemnizar a la víctima con 12.000 euros y un arresto de diecisiete fines de semana.

Tanto la entrevista al Alcalde de Ponferrada, Ismael Álvarez, como la obtención de unas imágenes muy reveladoras que evidenciaban el acoso sexual en el trabajo, son documentos que por lo inaccesibles, son propios del buen periodismo de investigación. También hay que destacar que el problema se analizaba en profundidad con la opinión de jueces, psicólogos y escritores. No obstante, para Javier Chicote faltan elementos para poder clasificar este reportaje entre los denominados de investigación periodística. “El computo global es un buen reportaje sobre el acoso sexual, un trabajo periodístico muy digno por el que felicito a sus autores. Pero esto no significa que sea un trabajo de investigación, como se aseguró continuamente en la promoción del reportaje y durante el mismo” (2006: 274).

Sobre ese tipo de autopromociones hemos de decir que en aquellos años existía la convicción por parte de algunos directivos de que rotular o adjetivar como de investigación cualquier programa servía de reclamo para la potencial audiencia. Es decir, lo utilizaban como venta del producto. Los recientes éxitos obtenidos por los espacios de cámara oculta, en especial de El Mundo TV, hacían pensar al departamento de promociones que sería un aliciente para el espectador.

“Diario de... un acoso sexual” se emitió en Telecinco, el lunes 31 de mayo de 2004, a las 23:00 h, todavía en la franja del *prime time*. Convenció a la audiencia con un 21,7% de *share* y una media de 3.136.000 telespectadores. Fue el sexto programa más visto del día como se aprecia en la tabla 5.

Programa	Género	Cadena	Share	Espectadores
CSI Las Vegas	(ficción)	Telecinco	24.9%	4.247.000
Doctor Dolittle 2	(ficción)	Antena 3 TV	22.6%	3.724.000
Los Simpson	(ficción)	Antena 3 TV	27%	3.303.000
Aquí hay tomate	(entretenimiento)	Telecinco	28%	3.290.000
10 en Ibiza	(ficción)	TVE 1	19.9%	3.284.000
“Diario de... un acoso”	(reportaje)	Telecinco	21.7%	3.136.000

(Tabla 5: programas más vistos del día 31 de mayo de 2004.

Fuente: elaboración propia, según datos de Sofres)

El programa no nació con un espíritu meramente investigativo, como se demostró con el siguiente reportaje “Diario de...un ángel de la guarda”. El trabajo

reflejaba de qué manera funcionaban los servicios de emergencia en las grandes ciudades y cómo se realizaban los trasplantes de órganos sin apenas tiempo. Un reportaje alejado del periodismo de investigación. Mercedes Milá, era testigo de todo y vivió en primera persona situaciones muy emotivas, pero en ningún caso se desvelaba nada que estuviera oculto, ni se denunciaba alguna actividad ilícita. Simplemente buscaba mostrar una realidad, sin mayores aspiraciones. El tiempo de producción que tenía asignado el programa no permitía la investigación en todos los trabajos.

Los dos restantes reportajes que quedaban por realizar en esta etapa inicial, se completaron sin la presentación de Mercedes Milá, por cuestiones de producción, y pasaron sin pena ni gloria. Uno de ellos, contaba el día a día del trabajo de los “paparazis” y el otro, “Un guiri en apuros”, exponía de qué manera se timaba a los turistas en España.

A pesar de un nacimiento tan complicado, Telecinco, tras el verano de 2004, decidió darle una oportunidad a este formato, aún por definir, pero que tenía potencial y, como principal valedora, a una presentadora estrella de la cadena. El equipo lo formaron quince personas, más la presentadora, con el objetivo de realizar un gran reportaje al mes. En el organigrama se puede observar la distribución por departamentos del personal asignado.



(Gráfico 1: composición del equipo de *Diario de...* Fuente: elaboración propia)

Comenzaba así una etapa muy ilusionante, ya que rara vez una cadena había apostado por un grupo tan numeroso de personas para realizar este tipo de trabajos.

7.3. *Diario de...* (2004-2010)



(Figura 39: primer logotipo del programa que integraba el nombre dentro de un código de barras. Fuente: Telecinco)

La primera etapa del programa la conformaron los seis primeros años de vida, de 2004 a 2010. Son seis años ininterrumpidos en Telecinco, con una emisión más o menos mensual. En este tiempo *Diario de...* emitió sesenta y nueve reportajes monográficos⁹⁵, con Mercedes Milá como presentadora. Esta época del programa la dividiremos en cuatro fases: los inicios, el éxito, la consolidación y la decadencia.

7.3.1. Primera etapa: los inicios (2004-2005)

En televisión resulta muy difícil definir los productos. Primero, porque la hibridación de géneros es una constante y, segundo, porque los programadores moldean los formatos a su antojo, en función de los resultados de audiencia que tengan. A veces, un programa nace como un formato de reportajes con vocación periodística de periodicidad semanal y muere convertido en un magazine con plató y entrevistas de emisión diaria.

Aún así, la idea fundacional de *Diario de...*, se fue clarificando tras confirmar por parte de Telecinco, el personal disponible y la periodicidad de emisión. Queríamos hacer un gran reportaje monográfico de unos cuarenta y cinco minutos

⁹⁵ En el anexo 13.2.1. se adjunta una lista de todos los programas, su fecha de emisión y el dato de *share* obtenido.

de duración, que tratara temas de relevancia social con una clara intención investigadora y con la presencia de una conductora del programa que dotase al reportaje de una personalidad propia. El lenguaje sería directo y con un guión cuya estructura narrativa se pareciese más a la ficción que al modelo del reportaje clásico.

Desde el punto de vista técnico, la dirección del programa quería un producto visualmente impactante, efectista, que sacara el mayor partido a los recursos televisivos a nuestro alcance. El sonido tendría especial importancia. Las músicas ayudarían a dramatizar las situaciones y los efectos sonoros aportarían más realismo a las secuencias grabadas.

La idea del programa era el resultado de las aportaciones profesionales de aquellas personas que estábamos al frente del mismo. Ninguno había trabajado en prensa. Todos éramos profesionales de la televisión con experiencia en decenas de programas; de investigación, informativos, de entretenimiento y hasta en concursos. Además, Mercedes Milá nos ofrecía la posibilidad de contar con una periodista con un gran trayectoria. Aunque los más jóvenes la conocen por *Gran Hermano*, su experiencia es mucho más dilatada y heterodoxa. Ha trabajado en los Servicios Informativos de RTVE, *Informe Semanal* y ha presentado numerosos programas de debates y de entrevistas a lo largo de sus más de cuarenta años en la profesión.

En la televisión privada, cuando empieza un programa la principal preocupación de todos los miembros de un equipo es que funcione (ese es el término que se emplea). El puesto de trabajo de mucha gente está en juego y la prioridad es conseguir que el público vea lo que haces. Las audiencias condicionan tu trabajo y más en la emisora y en la época en la que nace este espacio.

Para contextualizar, hay que recordar que en el mes de junio de 2004 –*Diario de...* nace dos meses antes– Telecinco sale a Bolsa y que, durante los primeros nueve meses del año, bate su record histórico de facturación publicitaria. Además, por primera vez en la historia de la televisión española una cadena privada, Telecinco, consigue arrebatarse el liderazgo anual de audiencia a TVE 1 (www.vertele.com, 7-10-2004). Era por tanto un momento en el que los programadores miraban con extrema atención cada décima de *share*.

Las audiencias mandan. Sin embargo, *Diario de...* tuvo la gran suerte de contar con dos ventajas: la primera, que la emisión sería mensual, con lo cual no acumulaba varias audiencias a la semana o al mes que hicieran que los programadores tuvieran la lupa, día tras día, sobre el programa y, la segunda, que la

presencia de Mercedes Milá garantizaba una cierta continuidad. En este punto hay que decir, como reconoce la propia Mercedes Milá, que la presentadora adquirió un acuerdo verbal con el Consejero Delegado de Telecinco, Paolo Vasile, que venía a decir que mientras presentara *Gran Hermano* tendría la posibilidad de hacer *Diario de...* Esto era una ayuda, pero no una garantía. Por tanto, sabíamos que necesitábamos hacer un programa que viera la gente.

Con estos condicionantes, el programa se puso en marcha en septiembre de 2004, con el encargo de producir once programas al año. Hemos de decir que los planes de producción se solían cumplir pero, como veremos más adelante, no los de emisión.

En esta primera etapa de los inicios de *Diario de...* analizaremos al detalle dos reportajes que tenían ciertos paralelismos y que representaban fielmente lo que pretendía ser el programa.

7.3.1.1. Dos reportajes inspirados en la ficción

Los llamamos así porque en ambos reportajes se tuvo en cuenta lo que en dos exitosas películas basadas en hechos reales, *Erin Borkovich* y *El Dilema*, se había planteado y en cierto modo sirvieron de inspiración para enfocar los reportajes.

El primer programa, “Diario de... una amenaza: centrales nucleares”, analizaba el funcionamiento de algunas de las centrales nucleares en España y ponía en cuestión la seguridad de las mismas. La idea surge porque en 1995 se realizaron varios reportajes⁹⁶ en la central nuclear de Almaraz (Cáceres), que desvelaban que en el entorno de la planta habían nacido varios niños con malformaciones y que el índice de cáncer en la zona era preocupante. Casi diez años después, nadie se había preocupado por hacer estudios epidemiológicos en los alrededores de la zona para descartar o confirmar que la causa de esas extrañas malformaciones eran los escapes radiactivos, que algunos vecinos y ex trabajadores

⁹⁶ Fueron emitidos en el programa *Esta noche cruzamos el Mississippi*. Este espacio se programó en *late night* de Telecinco entre los años 1995 y 1997. Estaba presentado por Pepe Navarro.

aseguraban haber presenciado. Enseguida vimos potencial al tema y que Mercedes Milá podía adoptar el papel de *Erin Brokovich*⁹⁷ en este reportaje.

En lugar de ser una abogada que descubría la contaminación del agua producida por las perforaciones de una compañía de gas, sería una periodista, con dos cámaras a su lado, que investigaría si las posibles fugas radiactivas estaban afectando a los ciudadanos del entorno de Almaraz. Se desplazó hasta la zona y durante varios días entrevistó a personas con malformaciones o cánceres, a médicos, a vecinos, alcaldes, ecologistas, a trabajadores de la central, el director de la planta de Almaraz y a un responsable del Consejo de Seguridad Nuclear (CSN).



(Figura 40: entrada de Mercedes Milá con la central nuclear de Almaraz al fondo. Fuente: Telecinco)

El equipo del programa realizó un exhaustivo trabajo de investigación que demostraba que la central no era segura y que los pueblos de alrededor no estaban preparados para una eventual emergencia nuclear. El Alcalde de Saucedilla (Cáceres), pueblo situado a dos kilómetros de la planta, desconocía el protocolo de evacuación, y no tenía los recursos humanos y materiales necesarios para actuar ante un posible escape radiactivo. Lo que dejaba claro el reportaje era la necesidad de llevar a cabo un estudio epidemiológico en la zona que explicara la grave incidencia de malformaciones en niños y de diferentes tipos de cánceres en los alrededores de la central.

Algo parecido sucedió cuando el programa viajó hasta la central nuclear de Garoña (Burgos), la más vieja y deteriorada planta de España. Desde su entrada en funcionamiento, en 1971, la central registró decenas de incidentes: fugas radiactivas

⁹⁷ Película, basada en hechos reales, dirigida por Steven Soderbergh en el año 2000. La actriz Julia Roberts encarna a la aprendiz de abogada que consiguió una indemnización multimillonaria para las víctimas contaminadas por la compañía norteamericana *Pacific Gas*.

al aire y al río Ebro, accidentes en el transporte de piezas, irradiación directa de trabajadores, problemas con la acumulación de los residuos radiactivos. Trabajadores, vecinos y alcaldes de la zona se quejaban al programa de la inseguridad de la planta y de la inexistencia de un plan de emergencia ante situaciones de posibles catástrofes⁹⁸.

Diario de... también informaba de que muchos de los alcaldes de los municipios que estaban en los alrededores de las centrales nucleares trabajaban o estaban en nómina de las plantas atómicas. Y uno de los regidores, el de Saucedilla, reconocía haber sido sobornado. El edil, Urbano García, le confesaba a Mercedes Milá haber recibido un sobre con 100.000 pesetas (600 euros) de responsables de la Central Nuclear de Almaraz.

Paralelamente, Mercedes Milá acudía al CIEMAT⁹⁹, situado cerca de la Universidad Complutense de Madrid, donde se almacenaban residuos radiactivos sin ningún control. *Diario de...* pudo grabar centenares de bidones descontrolados en una zona de paso, sin apenas seguridad. Las imágenes eran reveladoras del negligente tratamiento que se le estaba dando a un material radiactivo localizado en la capital de España.



(Figura 41: en el CIEMAT se almacenaban residuos nucleares. Fuente: Telecinco)



(Figura 42: un trabajador guía a Mercedes Milá por el CIEMAT. Fuente: Telecinco)

El programa resultó, a nuestro juicio, un buen trabajo de investigación periodística, en el que no hizo falta que nadie se infiltrara y no se utilizó la cámara oculta de forma sistemática. Abordaba un tema de interés social; la seguridad

⁹⁸ Esta planta comenzó a presentar problemas de seguridad y paró su actividad en 2012. La parada técnica real de la central nuclear de Garoña se efectuó el 6 de julio de 2013.

⁹⁹ En la actualidad es el Centro de Investigaciones Energéticas, Medioambientales y Tecnológicas (CIEMAT), pero fue creado por Franco en 1948 de manera secreta para realizar pruebas atómicas en Madrid.

nuclear en España, con un enfoque novedoso, en el que se desvelaban informaciones que la gente desconocía. Había testimonios de un gran valor, documentos periodísticos muy interesantes y con una doble intencionalidad clara: que las autoridades políticas controlaran el funcionamiento de este tipo de energía, que ya ha dejado miles de muertos en todo el mundo, y que se realizara un estudio epidemiológico en la zona.

Para Mercedes Milá este reportaje sirvió de referente, de modelo a seguir. *Erin Brokovich* era el ideal que se iba buscando. Una historia que tuviera muchas piezas que al final pudieran encajar formando un puzle (Milá, 2015).

“Diario de... una amenaza: centrales nucleares” se emitió el martes 30 de noviembre 2004, a las 23:30 h. Consiguió una media del 26%, lo que supuso que 3.110.000 personas siguieran el reportaje. Un dato muy bueno para este tipo de programas y en horario cercano a la media noche. Bien es cierto que Telecinco, en aquellos tiempos, lideraba con holgura el ranking de cadenas. En el mes de noviembre consiguió un 24,1% de media frente al un 19,6% de su más inmediato seguidor, Antena 3 TV.

El segundo reportaje inspirado en la ficción fue “Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco”. Se realizó atendiendo sobre todo a criterios de actualidad. Estaba cercana la entrada en vigor de la nueva ley del tabaco¹⁰⁰, que iba a modificar los hábitos de consumo de los fumadores y, por tanto, afectaría a millones de ciudadanos. Además, se aprovechó que la presentadora era una pertinaz luchadora por el derecho de los no fumadores.

Para el enfoque sirvió de ayuda la película *El Dilema*, cuyo argumento de fondo planteaba la sospecha de que las compañías tabaqueras no jugaban limpio con el consumidor. La idea del programa era intentar descubrir qué llevan los cigarros que los hacen tan adictivos y verificar si la sanidad española los analizaba o estaba capacitada para controlar los componentes del tabaco. En la nota de prensa enviada a los medios se reflejaba ese propósito:

¿Se acuerdan de la película *El Dilema*? Russell Crowe es un trabajador de una empresa tabaquera que denuncia la adición de sustancias adictivas en

¹⁰⁰ La llamada Ley Antitabaco fue impulsada por el Gobierno de José Luis Rodríguez Zapatero y entró en vigor el 1 de enero de 2006. La medida más importante fue la prohibición de fumar en lugares como los centros de trabajo (tanto públicos como privados), centros culturales, bares o restaurantes.

los cigarrillos. Algo parecido es lo que Mercedes Milá pretende demostrar en esta nueva entrega de *Diario de...* Si es usted fumador, este reportaje le dará las claves para entender por qué le es tan difícil dejar de fumar y cuál es la razón por la que el tabaco es tan adictivo¹⁰¹ (Telecinco, 3-5-2005).

Una vez elegido el enfoque principal, lo siguiente fue una intensa labor de documentación y exploración de los posibles aspectos a tocar en el reportaje. Fue un trabajo complicado. Hubo que ser muy constante. Las continuas trabas puestas por las compañías tabaqueras y la falta de transparencia de las distintas administraciones, no ayudaron en absoluto. Los distintos gabinetes de prensa de las empresas y los estamentos públicos sabían que el tiempo es oro en la televisión y utilizaron el estrategia de la tardanza en contestar para desanimar a los periodistas.

El trabajo lo lideraron dos reporteros del programa, Ángela Izcara y Carlos Suárez, dedicados en exclusiva a este asunto durante seis meses. Tuvieron que acudir a fuentes propias para conseguir mucha de la documentación y acceder a testimonios fuera de los cauces oficiales.

Hay que decir que *Diario de...* trataba temas monográficos pero con una visión muy panorámica, que intentaba contextualizar y reflejar los distintos aspectos relacionados con el asunto principal. Además del hilo argumental, se explicaba lo que suponía la nueva ley del tabaco en España, se mostraba quién ganaba y quién perdía con el negocio del tabaco y, paralelamente, se seguía el día a día de una mujer que se fumaba dos cajetillas diarias.

El hilo conductor del reportaje era la investigación periodística sobre la verdadera composición del tabaco y los ingredientes que lo hacen tan adictivo. Mercedes Milá entrevistó a Javier García Solán, técnico de salud de la Junta de Andalucía¹⁰², que enseñaba cómo las máquinas que debían controlar lo que llevaba cada cigarro no estaban preparadas para hacerlo. También, este técnico mostraba algo muy sorprendente; los pitillos llevaban unos agujeros de ventilación en la boquilla, cuyo objetivo era hacer que los contenidos de nicotina, alquitrán y monóxido de carbono que inhalaba el fumador fueran mayores que los declarados en las cajetillas. Algo que *Diario de...* constataba en su visita a este laboratorio.

¹⁰¹ La nota de prensa enviada a los medios se adjunta en el anexo 13.2.2.

¹⁰² La Junta de Andalucía presentó en el año 2002 una demanda contra las tabacaleras en la que reclamaba los gastos de hospitalización de 135 pacientes con enfermedades causadas, a su juicio, directamente por el consumo de tabaco.

Además, el técnico de la Junta, explicaba que el Ministerio de Sanidad sólo verificaba el nivel de nicotina, alquitrán y dióxido de carbono que llevan los pitillos, pero no analizaba el resto de los cuatrocientos componentes que las tabaqueras aseguraban que tenían sus cigarrillos. Mercedes Milá iba a comprobarlo al laboratorio del Instituto Nacional de Consumo (INC), único que legalmente podía llevar el control. Al llegar a las instalaciones se encontraba con que la máquina estaba estropeada y, en consecuencia, no podía realizar su cometido.

El programa ponía en evidencia los inexistentes métodos de supervisión sobre los aditivos que lleva el tabaco y demostraba que nadie, salvo las compañías, sabía con certeza que tenían los cigarrillos. La periodista acudía a la sede de la compañía tabaquera *Altadis*¹⁰³, en Madrid, y exigía que los responsables de esa empresa le contaran a los ciudadanos que introducían en sus cigarrillos que los hacían tan adictivos.

En lugar de ser recibida por Pablo Isla (director de la compañía) fue atendida por los responsables de comunicación de *Altadis* (Iosu Echevarría y Miguel Ángel Martín) en la recepción del edificio. Allí, Mercedes Milá realizaba una entrevista improvisada en la que se ponía de manifiesto la eficacia de estos momentos denominados como “asaltos”.



(Figura 43: Mercedes Milá “asalta” a los responsables de comunicación de *Altadis* en la recepción de la empresa. Fuente: Telecinco)

Para algunos ese tipo de entrevista al “asalto” resulta agresiva “como el súper periodista justiciero que viene a descubrir al villano” (Chicote, 2006: 360). El

¹⁰³ Es la antigua Tabacalera Española que fue privatizada en 1998. En 1999 se creó *Altadis*, fruto de la fusión entre los dos antiguos monopolios que controlaban el comercio de tabaco a los dos lados de los Pirineos: *Tabacalera*, en España, y *Seita*, en Francia. En enero de 2008, el 100% de sus acciones fue adquirido por la empresa británica *Imperial Tobacco Group PLC*.

programa justificó el “asalto” porque durante dos meses el gabinete de prensa de *Altadis* ignoró las solicitudes de *Diario de...* dándole largas, mandando una declaración institucional de la patronal y, finalmente, negándole la entrevista.

El programa tenía la convicción de que los responsables de este tipo de empresas debían dar la cara ante los ciudadanos y el canal más lógico eran los medios de comunicación. Y más, cuando de lo que se les acusaba era de envenenar a la gente. Esta forma inquisitorial de actuar por parte de los periodistas proviene de la cultura americana e históricamente la han puesto en práctica muchos programas con el beneplácito de parte de la crítica. “La televisión americana es agresiva en el sentido de que el periodista televisivo se siente revestido de una ‘función crítica’ y es, por tanto, un *adversary*, constitutivamente predispuesto a morder y pinchar al poder [...] esta agresividad se considera en EE. UU. como una ética profesional” (Sartori, 1998: 94).

Diario de... realizaba estas entrevistas o “asaltos”, como los definía el programa, basándose en el “periodismo de emboscada” que realizó en su día el *60 minutes*¹⁰⁴ de la CBS o con los “cara a cara” que posteriormente realizó Michael Moore en sus documentales. El documentalista norteamericano los puso en práctica desde su primer trabajo importante, *Roger & Me*. El *leitmotive* de todas sus obras era la persecución del personaje público al que buscaba desenmascarar. Un ejemplo de esto es la secuencia de su documental *Fahrenheit 9/11*¹⁰⁵. Michael Moore abordaba en plena calle al congresista por Tennessee, John Tanner. Le informaba de que tan sólo uno de los 535 miembros del Congreso norteamericano, que aprobaron la guerra de Irak, tenía a su hijo alistado a filas. Le invitaba a que lo inscribiera con un impreso de solicitud.

¹⁰⁴ Todos los reporteros del programa realizaban este “periodismo de emboscada” pero el que más y con más polémica lo ejecutó fue Mike Wallace.

¹⁰⁵ Es una película documental dirigida por Michael Moore y estrenada en el año 2004. Trata sobre las razones que llevaron a George Bush Jr, presidente de EE. UU., a invadir Afganistán y después Irak. Acciones que, según Moore, correspondían más a la protección de los intereses de las petroleras norteamericanas que al deseo de liberar a los respectivos pueblos o evitar potenciales amenazas.



(Figura 44: Michael Moore aborda al congresista Tanner en plena calle. Fuente: www.hollywood.com)

Chicote reconoce los méritos del reportaje sobre el tabaco, pero pone el acento en que no fue necesaria la cámara oculta, para hacer un buen trabajo de investigación. “El reportaje habla por si mismo: las imágenes sorprendentes y novedosas y los hallazgos reveladores fueron logradas sin ocultar la condición del periodista y sin cámara oculta” (2006: 276).

Hay que señalar que la micro cámara se utilizó para un pequeña parte del reportaje en la que se quería demostrar que la gente no respetaba ni las por entonces, vigentes normas, fumando en hospitales o en el metro.

El resultado de este trabajo fue un reportaje de investigación que se emitió el 3 de mayo de 2005 a las 23:45 h. Logró un 30,4% de audiencia y batió su record de espectadores con 3.554.000 de media. Fue el tercer programa más visto de ese día y superó en más de cinco puntos la media del día de Telecinco, 25,2%, según Sofres Audiencia de Medios.

Hemos destacado estos dos programas de la primera etapa de *Diario de...* porque son los que más se acercan a lo que entendemos por periodismo de investigación en televisión por varias razones:

- El tiempo de producción fue suficiente para abordar un tema en profundidad (al menos un mes).
- Los medios empleados, tanto en personal como en recursos técnicos, fueron adecuados al tipo de trabajo que se estaba realizando.
- Los temas tratados eran de notable interés social.
- Se desvelaba información que alguien quería ocultar.
- El programa denunciaba a personas o instituciones.

- Se ofrecían informaciones novedosas, testimonios complicados de obtener y datos desconocidos.
- Los reportajes tuvieron una repercusión considerable.

Durante esta primera etapa el programa se emitió sin la periodicidad mensual que en principio estaba pactada. A pesar de los buenos datos de audiencia, casi siempre por encima de la media de la cadena, los programadores lo colocaron en la parrilla en función de sus necesidades puntuales de programación. Tampoco el día de emisión fue siempre el mismo y la hora varió con frecuencia.

En la tabla 6 se puede apreciar la dificultad que tuvo en sus inicios *Diario de...* para consolidarse en la programación de Telecinco. Tras el estreno de la temporada con “Diario de... una amenaza: centrales nucleares” pasaron dos meses hasta poder ver el segundo programa.

Programas	Mes	Día	Hora	Share
1. “Diario de... una amenaza: centrales nucleares”	30-Noviembre-04	Martes	23:22h	26%
2. “Diario de... un gladiador”	31-Enero-05	Lunes	22:58h	15.9%
3. “Diario de... una obsesión: la cirugía estética”	19-Abril-05	Martes	23:57h	33.7%
4. “Diario de... un enigma: la fórmula del tabaco”	3-Mayo-05	Martes	23:45h	30.4%
5. “Diario de...bandas callejeras”	14-Junio-05	Martes	23:57h	27.8%
6. “Diario de... un traficante de drogas”	12-Julio-05	Martes	23:45h	32.7%
7. “Diario de...un centauro: acción policial”	2-Agosto-05	Martes	01:25h	26.2%
8. “Diario de... una investigación: conexión habana”	16-Agosto-05	Martes	01:30h	30.6%

(Tabla 6: muestra los ocho programas de esta etapa, su fecha, hora de emisión y *share*).

Fuente: elaboración propia, según datos de Sofres Audiencia de Medios)

Tras “Diario de... un gladiador”, que no obtuvo un buen dato de audiencia, los programadores decidieron postergar la emisión del siguiente programa. No es, hasta tres meses después, el 19 de abril de 2005, cuando pudimos ver la siguiente entrega: “Diario de... una obsesión: la cirugía estética”. Además sale un martes y a las 23:45 h. Aún así, el programa logró un brillante resultado: 33,7% de audiencia media, que suponían 3.353.000 espectadores.

Diario de.... no tuvo muchas facilidades para poder hacerse un hueco en la parrilla de programación. Es más, sufrió el mismo vaivén que la mayoría de este tipo

de reportajes de investigación. Sin embargo, el magnífico *share* obtenido en la emisión de abril, hizo que se reactivase su emisión. Por fin, con la periodicidad en principio pactada, volvieron a poner un *Diario de...*, esta vez, el dedicado al tabaco, también con mucho éxito.

Parece que la continuidad hizo su efecto y el público comenzó a conocer e identificarse con el programa. Alentados por las excelentes cuotas de audiencia, los programadores de Telecinco continuaron con la misma dinámica. El martes 14 de junio de 2005, a la 23:45 h “Diario de... bandas callejeras”, también registró un gran dato: un 27,8 % de *share* y una media de 2.783.000 telespectadores. Un mes más tarde, el martes 12 de julio, volvió a ocurrir lo mismo con “Diario de... un traficante de drogas”. Nada menos que un 32,7% de la audiencia eligió *Diario de....* que se convirtió en el tercer programa más visto del día con 2.972.000 espectadores y ocho puntos por encima de la media de la cadena ese día, 24,2%.

Los buenos resultados de *Diario de...* consiguieron que los programadores dieran salida a dos reportajes que habían sido desechados en un principio. Así, el 2 de agosto de 2005 se emitió “Diario de... un centauro: acción policial”, y el 16 de ese mismo mes “Diario de... una investigación: conexión Habana”. Ambos programas, finalizados hacía meses, habían sido descartados previamente por la cadena al pensar que el público no estaría interesado en estos temas. Esa desconfianza hacia ambos reportajes se tradujo en un nuevo cambio de horario de emisión, la 01:25 de la madrugada. El primero, “Diario de... un centauro: acción policial” fue líder con un 26,2% de *share*, eso sí, con menos de 800.000 espectadores. Y el segundo, “Diario de una investigación: conexión Habana”, logró un 30,6%. También encabezó su franja con 871.000 televidentes. Obviamente, el horario y las fechas impidieron que ambos reportajes tuvieran el seguimiento masivo de los anteriores.

Aunque el proyecto original era que el programa tuviera una periodicidad mensual, en sus primeros doce meses de vida sólo se emitieron ocho reportajes, lo que demuestra las dificultades que tuvo que superar *Diario de...* para poder hacerse visible. Y no fue debido a problemas de producción, sino a la política de programación de la cadena, que no encontraba un hueco a este tipo de formatos con vocación informativa.

Para Mercedes Milá el programa, desde sus inicios, sufrió las decisiones de unos directivos que no mostraban mucho interés por el formato:

Técnicamente nos dañaron porque nos movían de día y de hora. No nos emitían cuando decían que lo iban a hacer. Yo creo que *Diario de...* fue una sorpresa para los propios directivos de la cadena. Además, les venía muy bien tener un programa de estas características, precisamente cuando salieron a bolsa, para compensar otros programas más vergonzantes para ellos (2015).

Diario de... aparecía y desaparecía, y la cadena lo utilizaba como un comodín. Esta falta de periodicidad en la emisión trajo ventajas e inconvenientes que detallamos a continuación:

A/ Ventajas:

- Tener una producción que no iba paralela a la emisión permitió al programa dar más tiempo a aquellos reportajes que más investigación requerían y acabar antes, otros, que eran menos complicados de realizar.
- *Diario de...* adquirió la categoría de programa “especial” que salía cuando estaba terminado, lo que permitió no tener excesivas apreturas de tiempo.

B/ Inconvenientes:

- No tener una emisión fija impedía fidelizar al público. Cuando al telespectador le distraes con cambios de hora y día suele afectar a la audiencia final.
- Era complicado tener una planificación previa que facilitara la realización de reportajes que trataran informaciones de actualidad.
- Los reportajes ya finalizados corrían el riesgo de quedarse obsoletos, si no se emitían cuando se debía.
- Afectaba a los planes de producción y al coste de los programas. El periodista de investigación tiende a prolongar los trabajos en busca de alguna prueba más, o un testimonio mejor del ya obtenido, lo que dilataba la finalización de los reportajes.

Tras más de una temporada en antena y con un formato más o menos consolidado, es el momento de identificar el producto televisivo *Diario de...* Esta primera etapa es quizás la más genuina y por tanto consideramos que es pertinente detenernos en este período para calificarlo y clasificarlo.

7.3.2. Un híbrido diseñado para la televisión

A la paleotelevisión, aquella televisión clásica y ortodoxa de los años ochenta, le sucede la neotelevisión, que llega con la multiplicación de cadenas, con la privatización, con el advenimiento de nuevas maravillas electrónicas (Eco, 1986).

La neotelevisión en España surge como resultado del nacimiento de las televisiones privadas. La hegemonía de la televisión pública se acaba y entran en acción nuevos actores en el panorama televisivo. “La neotelevisión supone la ruptura del modelo monopolístico, e impone los modelos comerciales como reglas del juego” (Cortés, 1999: 42).

Esas reglas del juego se sustentan en que la publicidad es la fuente de financiación principal y, por tanto, las televisiones viven gracias a los anunciantes que son capaces de conseguir. Se implanta la medición de audiencias¹⁰⁶ como método para comprobar cuánta gente ve cada cadena y, por consiguiente, determinar los anuncios que allí se ofertan. “La tiranía de la audiencia y la lucha por los mercados publicitarios conduce a los programas de información a la necesidad de seducir al espectador para que asista puntual y sin abandonos a la recepción íntegra del programa” (Gordillo, 2009: 145).

En ese panorama de fuerte competencia entre cadenas existe la necesidad de ofrecer una programación más atractiva que el otro y captar la atención del espectador. Comienzan a crearse nuevos formatos en los que predomina la “espectacularización” y el entretenimiento, en detrimento de otros programas con funciones informativas y formativas, que contaban con menores índices de audiencia. “Se abandona, por tanto, el deseo de crear una dieta equilibrada para todos los segmentos sociales, y se pretende lo que se llama ‘maximización’ de las franjas horarias” (Palacio, 2008: 167).

Surgen, también, programas que transgreden los hasta entonces reconocibles géneros y subgéneros televisivos. La información, la ficción y el entretenimiento, los tres géneros básicos, se fusionan, se mezclan, dando lugar a nuevas clasificaciones.

¹⁰⁶ En España la medición de audiencias con audímetro comenzó a funcionar en 1986, pero la realizaban dos empresas distintas. No fue hasta el año 1993, con el acuerdo de las principales cadenas de televisión, cuando la empresa francesa Sofres unificó la medición de audiencias. A partir del año 2010 pasó a llamarse Kantar Media.

Se inventan formatos híbridos con nuevos términos anglosajones: *infotainment*, *infoshow*, *docushow* o *reality show*.

“La hibridación se refiere al cruce o mestizaje discursivo, que traspasa todas las formas de comunicación actuales” (Casero y Marzal, 2011: 15). La hibridación se convierte en una tendencia que está muy vigente en nuestros días. Hasta el punto de que muchos programas son inclasificables por mezclar características de muy diferentes géneros. “En la actualidad, la televisión produce programas híbridos que combinan el discurso informativo, persuasivo y de entretenimiento” (Mas, 2011: 77).

Uno de los principales formatos híbridos es el “infoentretenimiento”. La mayoría de autores sitúan su origen en EE. UU. a finales de los años ochenta. “Al menos desde 1988 el término anglosajón *infotainment* se utiliza para designar a determinados programas que combinan la información con el entretenimiento” (Krüger citado por García Avilés, 2007: 50). El “infoentretenimiento” se convirtió en una palabra de moda en los noventa, con la mención en el *Roget's Thesaurus* en 1992. El *Oxford English Dictionary* lo define como “material emitido con el doble propósito de entretener e informar” (Thussu, 2011: 33).

Nuestro objeto de estudio, *Diario de...* pertenece al género informativo y más concretamente al reportaje, pero combina elementos audiovisuales que buscan el entretenimiento y la espectacularidad. “El ‘infoentretenimiento’ alude a la tendencia de los medios a presentar la información como espectáculo, cuya función principal es la de servir de gancho para captar y mantener audiencia” (Thomas citado por García Avilés, 2007: 51).

En este sentido, lo primero que hay que señalar es que los reportajes de *Diario de...* variaban en función del tema que se trataba y el enfoque que se le daba. No se pretendía lo mismo cuando se abordaban los peligros de la energía nuclear (“Diario de... una amenaza: centrales nucleares”), que cuando se hacía un seguimiento del trabajo de una unidad de la policía nacional como en (“Diario de... un centauro: acción policial”). La intencionalidad cambiaba y los objetivos que se buscaban con un reportaje y con el otro eran diferentes. La razón principal era que *Diario de...* estaba condicionado por los tiempos de producción. Al tener que hacer once programas al año, el equipo directivo escogía una serie de temas que tenían una voluntad investigadora y otros que, simplemente, pretendían reflejar una realidad, en profundidad, sin mayores aspiraciones.

Aún con ese condicionante, *Diario de...* podría encuadrarse perfectamente entre los llamados clásicos “grandes reportajes” o “reportajes en profundidad”. Son trabajos para televisión de larga duración, que rondan los cincuenta minutos, en los que se analiza e interpreta con exhaustividad un tema determinado, se pretende dar una visión lo más completa posible de unos hechos y en los que hay una vocación informativa evidente.

Sin embargo, *Diario de...* tiene una serie de particularidades que lo diferencian del clásico reportaje en profundidad. Esto hace imposible que nos conformemos con esta clasificación y busquemos la manera de catalogar a este híbrido televisivo. *Diario de...* tiene similitudes con el reportaje dramatizado porque se le da especial relevancia a la emotividad de la periodista que lo conduce. “Lo que caracteriza a este modelo es, esencialmente, la construcción de la figura del enunciador como una figura que, además de analizar e investigar cuando ello es necesario, dice emocionarse y exhibe sin pudor sus sentimientos” (Requena, 1989: 44).

Sin duda que así es. *Diario de...* potencia el dramatismo de lo que ocurre, gracias a la presencia de la presentadora, que en muchas situaciones muestra sus sentimientos y emociones. Además de buscar cierto dramatismo a través de la figura de su presentadora también intenta ser entretenido. *Diario de...* es un programa informativo que introduce elementos que pretenden conseguir un producto atractivo, por una sencilla razón, porque en la televisión moderna no existe prácticamente nada que no este diseñado para entretener. “En la actualidad los reportajes no sólo tienen que informar, hay que entretener y captar la atención de una generación de espectadores nacida en la era audiovisual y acostumbrada al visionado diario de programas informativos” (Moreno, 2012: 832).

Por ejemplo, los informativos, que anteponen las noticias deportivas a las que dedican casi un cuarto de hora, a las calificadas como noticias serias y que pueden resultar más aburridas. En el año 2004 el informe (*Tratamiento informativo de los telediarios de la primera cadena de TVE*) elaborado por el colectivo Aideka, señalaba que los deportes (26%) y las noticias de asuntos sociales (25%) copaban la mitad del informativo, mientras que el tiempo que dedicaban a las noticias de política era de un 16% y a la cultura un 9% (Aideka, 2004).

No es un fenómeno nuevo, en la década de los ochenta los estándares que regían los contenidos informativos en la televisión norteamericana estaban cambiando:

El nuevo empresario-propietario tiende a concebir los informativos como ‘otra sección más’ de la empresa, cuyas actividades se supeditan a la rentabilidad económica [...] las fórmulas predominantes tienden a convertir la información audiovisual en ‘infotainment’ con un estilo que persigue entretener, a la vez que informar (García Avilés, 1996: 70).

¿Cómo iban los contenidos informativos, en el siglo XXI, a estar exentos de la tiranía de las audiencias? No sería lógico pensar que las redacciones de informativos de las cadenas son islas separadas de la realidad de sus empresas. Por supuesto que viven sometidas al *share* y aunque el modo de presión sea distinto, ya que los informativos no suelen desaparecer de las parrillas, como lo hacen los programas, sí es cierto que las personas que los dirigen o los editan, sufren las consecuencias. Fruto de esta situación “los programadores tratan de encontrar contenidos y formatos que resulten competitivos en términos de audiencia, en la franja del *prime time*” (García Avilés, 2004: 37).

Podemos afirmar que *Diario de...* es el resultado de esa búsqueda por encontrar formatos informativos que sean atractivos y espectaculares. Es una mixtura compleja y, por eso, no nos vale denominarlo genéricamente como reportaje en profundidad, reportaje de investigación o reportaje dramatizado. Tiene características de todos, pero también elementos propios.

Diario de... pertenece al género informativo, con la máxima de preservar valores como la veracidad, el rigor o la imparcialidad. Y al mismo tiempo es un producto diseñado para una televisión comercial, con los condicionantes que eso tiene.

En una entrevista realizada por el periodista Carles Francino a un alto directivo de Mediaset¹⁰⁷, se ejemplificaba lo que significaba trabajar para una televisión como Telecinco. El directivo le reconocía al presentador que, haciendo un símil, su televisión comercial hacía *fast food*, —comida fácil y rápida de consumir— y ante la pregunta de su interlocutor ¿a veces la comida rápida es muy criticada?

¹⁰⁷ Entrevista realizada por Cales Francino el 15-3-2010, cuando dirigía el programa “Hoy por hoy” de la Cadena Ser, a Manolo Villanueva, director general de contenidos de Telecinco.

Contestó que sí, pero también tiene una gran expansión (www.elconfidencial.com, 16-3-2010). En general, salvo muy raras excepciones, el objetivo es vender productos rápidos de hacer y fácilmente digeribles. Ante este panorama, los programas informativos como *Diario de...* debían de adaptarse.

Aunque algunos críticos aseguren que el periodismo ha naufragado en la era de la televisión porque el entretenimiento lo ha contaminado todo (Morató, 1998), *Diario de...* pretendía compaginar la buena práctica periodística con la posibilidad de entretener a una gran cantidad de espectadores. Entendiendo como buena práctica periodística aquella que quiere informar, que aspira a contar la verdad, a ahondar en la realidad de los hechos que se narran, a tratar de mostrarle a la gente cosas que desconoce y que le interesan, y sobre todo, que no se queda en la superficie de las noticias y va más allá en la búsqueda de respuestas a preguntas que se hacen los ciudadanos.

Mercedes Milá defiende que el periodismo que hacía *Diario de...* era “riguroso, contrastado e investigando lo que teníamos entre manos”. Al mismo tiempo se siente desconcertada cuando le planteamos la dicotomía entre periodismo de investigación y el periodismo rutinario. “Me hace mucha gracia que digan periodismo de investigación, pero, ¿qué es el periodismo si no es investigación? Es una perogrullada” (Milá, 2015).

Diario de... es el resultado de conjugar el periodismo de toda la vida con la necesidad de adaptarse a un panorama televisivo complejo en el que la audiencia es soberana. Necesitaba emplear las técnicas narrativas de las mejores películas comerciales o de los libros superventas para conseguir que el público de una cadena como Telecinco viera los reportajes.

7.3.3. Rasgos diferenciadores de *Diario de...*

Es necesario destacar, antes que nada, que la programación de las cadenas de televisión en el año 2004 o 2005 era casi clónica. Las parrillas de las distintas emisoras ofrecían el mismo tipo de programas y apenas apostaban por los reportajes. Por las mañanas, a primera hora, informativos, a continuación, tertulias políticas, y hasta la hora de la comida, magazines matutinos, y así, sucesivamente hasta que acababa la programación.

En la tabla 7 podemos observar como la rejilla de las tres principales cadenas nacionales, de un día cualquiera de la semana, era muy similar, predominando los magazines de actualidad, humor, cocina o corazón. Estos últimos, los de crónica social, acumulaban en Telecinco muchas horas de emisión, en concreto, casi nueve horas. Los programas señalados en rosa dedicaban gran parte de su contenido a tratar la vida personal de “pseudofamosos” o a los cotilleos de los personajes públicos.

TVE 1	Género	Telecinco	Género	Antena 3TV	Género
Telediario matinal	(informativo)	Informativo matinal	(informativo)	Noticias de la mañana	(informativo)
Los desayunos	(debate)	La mirada crítica	(debate)	Ruedo Ibérico	(debate)
Saber vivir	(magazine)	El programa de Ana Rosa	(magazine)	Cada día	(magazine)
Por la mañana	(magazine)	Karlos Arguiñano	(magazine)	Los Simpsons	(ficción)
Corazón primavera	(magazine)	Informativos 1	(informativo)	Antena 3 noticias 1	(informativo)
Telediario 1	(informativo)	Aquí hay tomate	(magazine)	La buena onda	(magazine)
Obsesión	(ficción)	La casa de tu vida	(reality)	La Granja	(reality)
El enemigo en casa	(concurso)	A tu lado	(magazine)	Números locos	(concurso)
Cuéntame	(ficción)	Allá tú	(concurso)	El diario de Patricia	(talk show)
		Informativos 2	(informativo)	Pasapalabra	(concurso)
Gente	(magazine)	Pecado original	(magazine)	Antena 3 noticias 2	(informativo)
Telediario 2	(informativo)	Hospital Central	(ficción)	Mis adorables vecinos	(ficción)
Las cerezas	(magazine)	Diario de...	(reportaje)	Buenafuente	(magazine)
Urgencias	(ficción)	Crónicas Marcianas	(magazine)	Sexo Nueva York	(ficción)
Telediario 3	(informativo)	Informativo 3	(informativo)	Antena 3 noticias 3	(informativo)

(Tabla 7: programación de las principales cadenas el lunes 3 de mayo de 2005. En negrita el único programa de reportajes y en rosa los espacios con contenidos de crónica rosa. Fuente: Telecinco)

El informe sobre el panorama audiovisual del año 2004 destacaba que en Telecinco la “miscelánea” ocupaba un 30% del total de la programación de la cadena. Una de cada tres horas se dedicaba a este género que mezclaba contenidos generalmente triviales que tenían la aceptación del público. “Y cómo no va hacerlo si tenemos en cuenta las premisas reales que una cadena de televisión privada puede esgrimir (audiencia, rentabilidad, facturación publicitaria, etc)” (Panorama Audiovisual, 2005: 22).

La series de ficción también tenían una presencia destacada y los informativos diarios eran la columna vertebral de las cadenas. Sin embargo, los

espacios de reportajes que profundizaran en la actualidad apenas tenían cabida. Sólo *Diario de...* aparece en esta rejilla del 3 de mayo de 2005.

Esta homogeneización de los contenidos dedicados al entretenimiento impedía que se hicieran visibles programas informativos no diarios. Era extraordinario ver reportajes de larga duración o documentales en las cadenas más seguidas por los telespectadores, Telecinco, Antena 3 TV o TVE 1. Estos productos quedaron relegados a La 2, en donde el servicio público primaba sobre el buen dato de audiencia.

La razón era bien sencilla; no eran programas rentables para las cadenas y no invertían en ellos. *Documentos TV*, según el Anuario de la televisión, obtuvo una audiencia media durante el año 2005 de 608.000 espectadores y un 5,4% de cuota de pantalla en La 2, su registro más bajo en las seis últimas temporadas (2005/06: 69). Era evidente que la mayoría del público le daba la espalda, sistemáticamente, a este tipo de reportajes clásicos. Y más preocupante, era comprobar que cada año tenían menos aceptación.

Para situarnos temporalmente hay que subrayar que Telecinco, en su balance anual en el año 2005, informaba que había sido un año de récord. El mejor año de Telecinco, tanto en facturación publicitaria como en evolución bursátil y resultado neto (Telecinco informe anual, 2005). Por segundo año consecutivo había sido líder de audiencia, con un 22,3%, mejorando el *share* del curso anterior.

En función de este panorama, *Diario de...* aboga por un tipo de reportaje que pudiera encontrar un hueco entre los diferentes espacios de crónica rosa, concursos y series de ficción que conformaban la parrilla de programación de Telecinco. Para ello se creó un formato que no se había visto nunca en la historia de la televisión española. Tenía rasgos de muchos programas pero con una personalidad propia. Hasta la fecha, en España, jamás se habían emitido una serie de reportajes de gran extensión, con clara intención informativa e investigadora, en el que una periodista famosa, una cara muy conocida, se hubiera puesto en la piel de un reportero para contarles a los espectadores de una forma rigurosa, dramatizada y a la vez entretenida, aspectos desconocidos de muy diversos temas.

Diario de... se diferencia del resto de programas que le han precedido por las siguientes singularidades:

7.3.3.1. Por el rol de la presentadora

Muchos son los ejemplos, en programas de reportajes o documentales, en los que podemos encontrar la presencia de una cara conocida presentando los contenidos. Menos, son aquellos en los que el presentador también se convierte en entrevistador, reportero y locutor de la historia que se va a contar. Y no hemos encontrado ninguno, en el que, como es el caso de Mercedes Milá en *Diario de...*, el presentador se inmiscuya en una investigación periodística. Si a esto le añadimos que lo hace, de una manera seriada y anunciado al telespectador que volverá a los sitios en donde ha estado investigando, nos encontramos ante un formato novedoso, original y diferente a lo conocido hasta entonces en la televisión española.

Esta idea, conseguir una cara conocida que se implicase en una investigación periodística de manera continuada, responde al interés del programa por lograr que el público identificara y reconociera el producto, y al ferviente deseo de Mercedes Milá por trabajar en un proyecto de estas características.

No fue sólo por casualidad, que a Mercedes Milá se le propusiera hacer este programa. Su perfil como periodista, curtida en distintos tipos de formatos televisivos, fue una razón fundamental. Su carácter combativo, comprometido y su marcada personalidad la convertían en la conductora ideal de estos reportajes. Otro motivo básico era su popularidad. La idea del programa era encontrar una persona que tuviera reputación y que no pasara desapercibida, ya que al ser un espacio con una periodicidad mensual, debía tener elementos que hicieran reconocible y atrayente el producto. En aquellos años, Mercedes Milá se encontraba entre los personajes televisivos españoles con un mejor índice de imagen. Entre los 1996 y 2005, siempre se mantuvo entre la élite de los más valorados (Anuario de la televisión, 2006: 272).

En noviembre de 2005, cuando cumplía un año y medio al frente de *Diario de...*, Mercedes Milá recibió el premio Ondas en reconocimiento a su trayectoria profesional en televisión y por haber imprimido su sello y fuerte personalidad a programas de distinto género en una carrera profesional llena de éxitos.



(Figura 45: Mercedes Milá recibiendo el premio Ondas en noviembre de 2005. Fuente: Telecinco)

Además, en la temporada (2004/05) Telecinco se caracterizaba por ser una cadena que veían mayoritariamente mujeres. Según el Anuario de la televisión, un 60% de su público era femenino y un 35% de su audiencia tenía una edad, entre 25 y 44 años (2006: 287). Es decir, un perfil de televidente, mujeres adultas, *a priori*, muy compatible con el de la presentadora.

Este programa podría haber nacido, como muchos otros, sin la presencia de una cara conocida. La pregunta es si la gente lo hubiera visto o si sería uno más de esos espacios que acaban desapareciendo de la programación. Nos inclinamos por lo segundo, ya que uno de los alicientes de *Diario de...* era la participación activa de Mercedes Milá en los reportajes.

En algunos programas Mercedes Milá estaba omnipresente. Su voz, su imagen, sus gestos, estaban permanentemente en pantalla. Ella era la referencia y se dirigía frecuentemente a la cámara. Su figura podía ser tan deslumbrante cuando entrevistaba a algún personaje, que recibía un tratamiento visual equivalente al del propio entrevistado y también podía desaparecer, cuando el asunto informativo lo requería.

A veces, el contenido periodístico se sobreponía a su presencia y otras, sucedía lo contrario. En algunos momentos, se caía en el excesivo protagonismo de la presentadora, detalle que podía provocar que lo trascendente, la información, quedase en un segundo plano.

No obstante, en la mayoría de las ocasiones existía un equilibrio razonable que permitía que su presencia no entorpeciera, sino que favoreciera el entendimiento de lo que se quería contar. Mercedes Milá tenía como función principal servir de nexo con el televidente. Bien con una entradilla explicativa o con la locución del *off*, su misión era que el espectador recibiera toda la información

necesaria. Se procuraba que su presencia en pantalla estuviera justificada y fuera coherente con el contenido del programa. Sus apariciones, como la de la figura siguiente, tenían un motivo y agregaban información.



(Figura 46: entrada de Mercedes Milá en un quirófano en “Diario de... una obsesión: la cirugía estética. Fuente Telecinco)

Mercedes Milá describe su papel en el programa como una forma de hacer los contenidos más amenos al espectador:

Estas haciendo televisión y, por lo tanto, no puedes dejar jamás de lado el espectáculo porque puedes hacer un espectáculo muy informativo; no hace falta escandalizarse por hacer periodismo espectacular. Entonces yo creo que me aprovechabais muy bien, e incluso, a veces, exagerábamos la nota para que fuera un gancho para lo que venía detrás (2015).

Estos momentos a los que se refiere Mercedes Milá eran concesiones al espectáculo televisivo en las que la presentadora buscaba agitar o perturbar al espectador con actuaciones que transgredían la ortodoxia de los reportajes más convencionales. Valga de ejemplo este momento de la figura 47 en el que, mientras entrevistaba a una famosa operada de los pechos, le pedía si le podía tocar uno para comprobar como era al tacto.



(Figura 47: Mercedes Milá entrevista a Malena Gracia en el reportaje “Diario de... una obsesión: la cirugía estética”. Fuente: Telecinco)

Otra función muy destacada era la de entrevistadora. En este papel es donde más notamos su importancia y donde deja su impronta como periodista. Su bagaje profesional le permitía afrontar todo tipo de entrevistas con solvencia. Muchas de ellas eran en la calle, en el salón de una casa o en el despacho de un político. Algunas estaban debidamente planificadas, pero otras surgían espontáneamente en el transcurso de una grabación y había que improvisarlas.

A pesar de la notable experiencia de la presentadora, Mercedes Milá reconoce que en *Diario de...* aprendió a afrontar las entrevistas sin prejuicios:

Yo fui aprendiendo con el paso de los meses y de los años a callarme, a escucharlos. Mi libertad comenzaba en el momento que empezaba la grabación, siempre habiendo escuchado lo que me decíais antes [...] He escuchado, aunque luego en el momento de grabar decide quién está allí [...] En ese momento puedes hacer entrevistas basadas en lo que te dicen, porque eso es lo que es importante para el guión que está previsto, pero tienes delante un ser humano y vas improvisando (2015).

Uno de esos momentos se daba cuando terminaba la entrevista a un responsable político o de una empresa; Mercedes Milá le advertía que su voluntad era volver para comprobar si había cumplido los compromisos adquiridos o las promesas realizadas. Era una forma de dejar patente la actitud de “perro guardián” del periodista y, al mismo tiempo, generaba la sensación de continuidad en el programa.

También es remarcable la dramatización que hacía de las situaciones que surgían en cualquier grabación. La espontaneidad era un valor que potenciaba en cada entrevista. Ante una contestación, Mercedes Milá, por ejemplo, podía

asombrarse, asustarse o reírse. Esa reacción de la presentadora es la que podría tener cualquiera en el sillón de su casa. Eso mismo sucedía cuando reaccionaba con exclamaciones o latiguillos ante alguna secuencia impactante del reportaje. Es decir, Mercedes Milá formaba parte de lo que pasaba y lo “espectacularizaba”.

Como narradora y conductora de la situación era una pieza básica del reportaje. Es importante el papel que juegan los periodistas en este tipo de formatos televisivos porque “a menudo el reportero también se convierte en un protagonista con quien el espectador puede empatizar: los planos subjetivos del reportero y su voz en *off* formulando preguntas y comentarios contribuyen a que el público comparta su punto de vista” (García Avilés, 2013: 33).

Quizá donde mejor se entiende la diferencia de su participación, con otros presentadores que la han precedido, era en su labor de reportera investigadora. En ese rol es donde más sorprende su presencia. Entre otras cosas, por la novedad que suponía en España ese tipo de actitud. En los reportajes se narraba, paso a paso, cómo se iba desarrollando la investigación y se culminaba, normalmente con el “cara a cara” con el responsable o el investigado.

Si bien es cierto que El Mundo TV había utilizado la fórmula del “asalto” al finalizar alguno de sus reportajes, en ningún caso de los visionados se apreciaba un objetivo, ni resultado similar. Mientras que en los trabajos de la productora, simplemente se quería señalar con la cámara al malo, en los “asaltos” de *Diario de...* se pretendía conseguir una asunción de responsabilidades por parte de los investigados.

Teniendo en cuenta que Mercedes Milá es sólo la conductora del programa, la periodista, es a *Diario de...*, salvando la distancia, lo que Michael Moore a sus trabajos documentales. No se trata de comparar a los dos personajes, no tienen nada que ver el uno con el otro, son dos personalidades completamente diferentes y con estilos antagónicos. A lo que nos referimos, no es cómo lo hacen, sino lo que hacen.

Recordemos a Michael Moore en su famoso documental *Bowling for Columbine*¹⁰⁸. Su intención era acudir a ver al conocido actor y a la sazón,

¹⁰⁸ Dirigido y presentado por Michael Moore, obtuvo un Oscar a la mejor película documental en el año 2003. Relataba los sucesos acaecidos en el Instituto Columbine el 20 de abril de 1999. Dos estudiantes armados con rifles asesinaron a tiros a trece personas y después se suicidaron. Este trágico suceso dio pie a Moore para hacer un alegato en contra de la venta de armas en EE. UU.

presidente de la asociación del rifle, Charlton Heston, para trasladarle una serie de preguntas que se hacían miles de ciudadanos. Se presentaba en su casa para pedirle explicaciones por ser el máximo dirigente de una asociación tan polémica que hacía apología del uso de las armas.

Veamos a Mercedes Milá en el programa “Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco”. La periodista acompañada de las cámaras se dirigía a *Altadis* para que los responsables de esta empresa le respondieran a cuestiones relacionadas con los efectos nocivos de esta droga. El *modus operandi*, en ambos casos es muy parecido, ya que siguen el modelo del “asalto” en vivo, en el que se pretende la asunción de responsabilidades. Tanto Michael Moore, como Mercedes Milá, desean trasladar al espectador que ellos no se conforman con lo que estos individuos digan en sus discursos oficiales o en sus páginas *web*. Ellos quieren las respuestas que suponen que el ciudadano demanda. Es una forma de comunicar al público la sensación de que el periodista o el cineasta están velando por sus intereses. El periodista como portavoz o correa de transmisión de la sociedad.



(Figura 48: entrevista de Michael Moore a Charlton Heston. Fuente: *Bowling for Columbine*)



(Figura 49: entrevista “asalto” de Mercedes Milá en la sede de *Altadis*. Fuente: Telecinco)

En esas situaciones de “asalto”, tanto Michael Moore como Mercedes Milá creen que es tan importante lo que ellos puedan preguntar o hacer, como lo que puedan expresar los sujetos a los que entrevistan. Pero lo verdaderamente impactante es la atmósfera que se consigue, la tensión que se crea y la expectación que provoca. Partiendo de la base de que el objetivo era dar el derecho de réplica y obtener respuestas para completar una información, el método, a veces, podía resultar extremo y, en ocasiones, discutible.

7.3.3.2. Por la interpretación de la realidad

Dice Manuel Artero, periodista de *Informe Semanal*, que sobre un mismo tema no puede haber dos reportajes iguales (2004: 17). Los reportajes son obras creativas y como consecuencia de ello, suelen ser hijos de sus autores, tienen su ADN. Es un género informativo “que respeta todas las exigencias periodísticas de selección y enfoque de contenidos y que admite gran libertad de tratamientos y estilos personales” (Cebrián, 1998: 246).

Mientras que en la noticia apenas se dispone de un minuto para contar lo que sucede, el reportaje dispone de más tiempo para interpretar esa realidad y ayudar al público a comprenderla. Esto se puede hacer con infinitud de estilos. Podemos ver desde una pura descripción de hechos, contados de forma clásica, hasta una narración muy dramatizada.

Aunque haya diferentes formas de hacerlo, lo que hay que dejar patente es que el reportaje casi siempre es interpretativo. “En el reportaje la complejidad de la narración audiovisual obliga a una elección y jerarquización continuas, por lo que es forzosamente interpretativo, aunque el reportero pretenda evitarlo” (Vilalta, 2006: 24).

El programa *Diario de...* ofrecía un tipo de reportaje muy personalista, muy mediatizado por la presentadora que interpretaba la realidad desde su punto de vista. En algunos casos Mercedes Milá se declaraba militante de la causa por la que abordaba el reportaje. Por ejemplo, en el programa sobre el acoso sexual en el trabajo. Así lo expresaba abiertamente en una entrevista, concedida a *El País*, previa a la emisión del reportaje. “Es un reportaje de militancia, no tengo reparo en decirlo” (Milá, 29-4-2004).

En *Diario de...* no se pretendía que Mercedes Milá fuera objetiva. Es más, en este programa, su subjetividad se tomaba como un valor, no como un defecto. Lo que sí hacía *Diario de...*, o al menos lo intentaba, era aproximarse a la información de una forma objetiva. Utilizaba métodos de verificación para intentar no caer en el error de posicionarse sin tener motivos. Si recibía una denuncia la comprobaba, la cotejaba, la contrastaba, estudiaba el caso y, finalmente, decidía la forma de proceder.

La objetividad en el periodismo apela, desde sus orígenes, a que los profesionales elaboren un método consistente de verificación de la información, de

tal forma que sus creencias personales o gustos culturales no interfieran en la veracidad de las noticias. La objetividad no es algo que se exija al periodista, como ser humano, sino a la forma que tiene el profesional de aproximarse a la información. “En el concepto original, lo objetivo es el método, no el periodista. La clave está en la disciplina del oficio, no de sus propósitos” (Kovach y Rosenstiel, 2003: 104).

Con el paso de los años el principio de objetividad se quiso aplicar al periodista y no al método, confundiendo el sentido y llevando a los profesionales a rechazar el termino por considerarlo una entelequia. Periodistas como la ex-directora del programa de TVE1, *Informe Semanal*, Alicia G. Montano se pronuncian claramente negando el principio de objetividad aplicado al periodista como individuo:

No existe, lo que existe es la honestidad y la intención de dar la oportunidad de que se expliquen todos los elementos que tienen que ver con esa noticia [...] A veces hay que tomar partido hasta mancharse. Como ciudadana tengo claro que ante los temas donde están en juego derechos fundamentales hay que mojarse. [...] La imparcialidad no significa frialdad, ni significa que el periodista no tenga un punto de vista, aunque creo que para entender las cosas hay que intentar que la mirada sea de 360° (Brichs, 2003: 38).

Ponemos este ejemplo, porque *Informe Semanal*, al que le avalan más de cuarenta años de existencia, no parece un programa sospechoso de engañar a su audiencia. El problema puede surgir, cuando se enarbola la bandera de la objetividad y, en cambio, se utiliza esa supuesta neutralidad para manipular a los telespectadores.

La honestidad radica en saber qué es lo que haces y dejárselo claro al espectador. Ser transparente. Parece obvio que, Mercedes Milá no va adoptar una postura objetiva acerca de un tema como el tabaco; su visión es parcial, y así se lo hace saber al público. En la figura siguiente se aprecia a la presentadora con un lema anti tabaco en su camiseta mientras hace una entradilla a cámara.



(Figura 50: la presentadora con un lema anti tabaco en su camiseta. Fuente: Telecinco)

Creemos que lo fundamental es aproximarse al problema que se quiere tratar de una forma imparcial y, una vez analizados los pros y los contras, informar consecuentemente. La Doctora en Comunicación Soledad Puente califica de utópico que el periodista sea objetivo “casi como pedir que durante el ejercicio de su profesión, el periodista se desvista de su calidad de ser humano para convertirse en una máquina generadora de noticias” (1999: 195).

En *Diario de...* se toma partido, pero se intenta hacer habiendo aplicado el método de comprobación previo. Pongamos por caso el reportaje “Diario de... una obsesión: la cirugía estética”. A la redacción del programa llegó una denuncia de una mujer a la que le habían destrozado el estómago con una liposucción, en una clínica ilegal. Los redactores contrastaron la información, la cotejaron y una vez comprobada, se enfocó el problema desde la perspectiva de esa mujer y de otras a las que les hubiera podido suceder algo parecido. Al mismo tiempo se investigaba cómo funcionaba esa consulta clandestina. La postura de la presentadora ante el hecho, sus reacciones ante los descubrimientos periodísticos, y sus conclusiones no eran objetivas, sino subjetivas. Eran consecuencia de una reflexión y análisis previo. Desde el momento en el que Mercedes Milá toma partido, y lo hace con frecuencia, es obvio que la subjetividad queda patente y manifiesta. La presentadora no se quedaba impávida ante unos hechos que le parecían graves. Los hechos son los que son, pero la interpretación es notoriamente subjetiva. Mercedes Milá, de hecho, hacía ostentación de ello:

Esa militancia va mucho con la manera que yo tengo de ser. Soy una persona que ante una situación de injusticia salto, o sea como un fusible que se va, y vosotros no me ponáis impedimento a eso [...] Y entonces yo lo fui acentuando. Fui cada vez a más porque, entre otras cosas, veíamos que la

respuesta de la gente era, 'gracias porque nos representáis' y tú no puedes representar a nadie si no opinas de semejante barbaridad que estás denunciando. Así que creo que en ese aspecto se podría haber sido, incluso, más militante (2015).

Este afán por alinearse con una causa, en principio, justa y liderada por una periodista no tenía muchos precedentes en la televisión española. La mayoría de los programas analizados adoptaban una postura más aséptica con respecto a las denuncias que exponían.

Independientemente de que se tomara partido, uno de los fines y objetivos de *Diario de...* era encontrar todas las versiones de un mismo asunto. Entrevistar a todos los implicados en el tema hasta llegar a sacar las conclusiones pertinentes. "Para mí, ya no solamente en *Diario de...*, sino en el periodismo en general, o escuchas hasta dar con la clave de lo que estás explicando y eres justo, porque escuchas, y el escuchar a veces te cambia lo que estás haciendo, o si no, no estás haciendo buen periodismo" (*ibidem*).

Cuanto más polifónico fuera el reportaje, más riqueza informativa tendría. Era una máxima de *Diario de...*, ofrecer el derecho de réplica a todos los implicados en un reportaje. Si alguna vez el tema flojeaba en este aspecto, el programa dejaba constancia de ello. Es decir, se ponía de manifiesto la negativa a participar en el programa del personaje en cuestión. Mercedes Milá leía en *off* la respuesta enviada por correo electrónico o se grababa una entradilla en la que se explicaba que los interesados rehusaban intervenir. Como en el ejemplo que vemos a continuación:

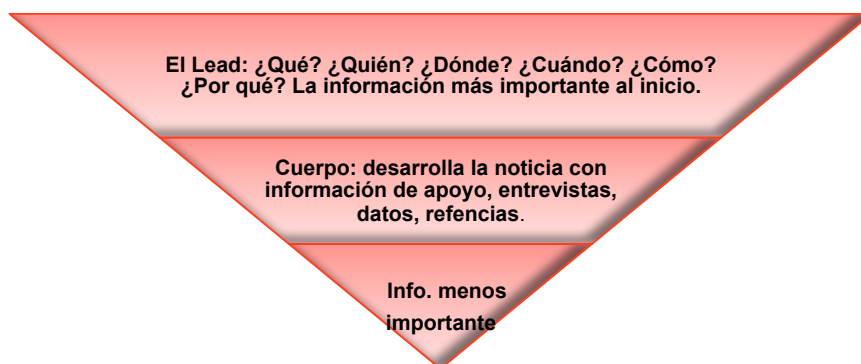
Llamamos a *Altadis*, la antigua Tabacalera y nos remiten a la Asociación de Empresarios del Tabaco, han pasado las semanas y seguimos sin respuesta. (Entradilla "Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco", 3-5-2005).

Eva Aladro, en su declaración de principios sobre lo que debe ser una investigación audiovisual de calidad, afirma que "no se debe exhibir el *no comment*. La negativa a declarar no es un documento de investigación" (1995: 128). Por supuesto que no es un documento de investigación, pero sí es un dato que aporta información al espectador y le hace contar con más elementos de juicio. Si alguien ha sido objeto de una investigación, es primordial tener su opinión. Primero, por darle la oportunidad de defenderse y segundo, por conocer la manera que tiene de justificarse.

7.3.3.3. Por la estructura narrativa

Estamos acostumbrados a ver documentales para televisión o reportajes en sus muy diversas modalidades, con un tipo de guión, en el que la narración sigue cronológicamente unos hechos. También, la mayoría, los que manejan una estructura dramática clásica de planteamiento, nudo y desenlace. O aquellos reportajes que están estructurados por distintas historias personales que se concatenan unas con otras. Y algunos, en los que el hilo argumental es un personaje que va dando pie con sus experiencias a varias situaciones paralelas. Hay multitud de formas de escribir un guion, pero esencialmente hay tres formas de estructurar las historias: estructura de pirámide invertida, estructura cronológica o estructura dramática.

En el siglo XIX las agencias de prensa comenzaron a utilizar una estructura narrativa que exponía los hechos noticiosos por orden de mayor a menor importancia (Benaissa, 2014: 5). Se tenía por cierto entonces, que el mejor método para informar al lector era con la estructura de la pirámide invertida. Es decir, aquella en la que lo sustancial se cuenta al principio y la importancia de la información va decayendo progresivamente hasta llegar al final.



(Gráfico 2: estructura de pirámide invertida. Fuente: elaboración propia)

La pirámide invertida, clásica en los periódicos, no ha tenido mucho éxito en la televisión. Contar lo más relevante al principio permite que el espectador se enterado rápidamente y tenga la tentación de usar su mando a distancia.

Por su parte, la estructura cronológica es aquella en la que los hechos se narran siguiendo el orden por el que han sucedido temporalmente. Es muy sencilla de ejecutar para el periodista y muy fácil de asimilar para el telespectador. Algunos

estudios, como el realizado por Saima Benaissa, indican que los receptores comprenden y recuerdan mucho mejor los mensajes contados cronológicamente que mediante la pirámide invertida.

Y la estructura dramática, no se basa en una exposición cronológica de los hechos, sino que comienza con el planteamiento de una situación o problema y prosigue el despliegue informativo en función del desarrollo de la acción. Se trata de una estructura que sigue una línea muy lógica de descripción de los hechos: planteamiento, nudo o desarrollo y desenlace (Benaissa, 2014: 6).

Además de las estructuras narrativas clásicas –pirámide invertida, cronológica y dramática– existen una variedad de ellas, que surgen en función de la creatividad y de la práctica profesional de los periodistas de televisión, buscando, normalmente, conseguir captar la atención del telespectador: la estructura narrativa redonda, de lo particular a lo general o viceversa, “reloj de arena” y “reportero involucrado” (Oliva y Sitjà, 2007: 102-103).

En esa línea de intentar atrapar al público se propone la existencia de una estructura narrativa en forma de pirámide diseminada (Mayoral, 2008: 119-120), según la cual la información, tanto visual como auditiva, debe dosificarse entre los distintos puntos de interés de la historia, repartidos a lo largo de la pieza informativa y no condensarse en el inicio, como ocurre en el caso de la pirámide invertida.

Nuestro objeto de estudio, *Diario de...*, tenía como uno de sus objetivos despertar el interés del espectador, impedir que cambiase de canal y por eso, estructuraba su reportaje de tal forma que los puntos álgidos de la historia fueran diseminados durante toda la narración. “Dosifica los datos más importantes y sabrosos en la redacción del texto para que el destinatario encuentre atractiva e interesante la información y permanezca atento a ella” (Mayoral, 2008: 120).

Al mismo tiempo *Diario de...* empleaba la estructura dramática del planteamiento, nudo y desenlace, muy propia del relato cinematográfico. A modo de novela de suspense o de película de intriga, pretendía generar ese misterio hasta el final del reportaje y así tener a la audiencia pendiente hasta los títulos de crédito.

Diario de... por consiguiente, tiene una estructura narrativa que mezcla la pirámide diseminada y dramática. El resultado es lo que aquí denominaremos como estructura dramática fragmentada.

Jesús María Bautista, director general de ATLAS, se refería a los reportajes de *Diario de...* como “aquellos que están montados con una estética cercana a los

que puede ser una ficción, una película. Tienen un planteamiento, un desarrollo y un desenlace, y eso funciona bien” (Bautista, 3-1-2005).

La narración habitual de un programa de *Diario de...* comenzaba con un sumario de unos dos o tres minutos, en el que se buscaba impactar al espectador con las imágenes y los totales (testimonio de audio más vídeo) más llamativos. Era un pequeño resumen o tráiler de lo más destacado, pero sin desvelar completamente el final de la historia.

A continuación, la estructura estaba fragmentada en bloques que suponían la división del reportaje en capítulos. Cada programa constaba de, entre ocho y diez capítulos, que eran mini reportajes, mini piezas que duraban de tres a siete minutos aproximadamente. Cada bloque era independiente, pero formaba parte de un todo. Es decir, era autónomo porque estaba diferenciado gráficamente por un separador y llevaba un rótulo que lo titulaba, pero formaba parte del conjunto porque cada bloque tenía un sentido y daba sentido al resultado global. La definitiva colocación de estos bloques en un lugar u otro era lo que determinaba la estructura final del reportaje.

En casi todos los reportajes había una historia principal que vertebraba el reportaje. Normalmente, solía ser la investigación periodística llevada a cabo. Es decir, si había ocho bloques, cuatro o cinco podrían estar dedicados a la investigación y los otros restantes complementaban el tema del que se estaba hablando. Pongamos como ejemplo el programa “Diario de... una obsesión: la cirugía estética”.

En este reportaje la investigación periodística se centraba en la denuncia de un particular sobre una clínica de cirugía estética clandestina en un piso del centro de Madrid. Durante cinco meses se desarrolló un trabajo periodístico que tuvo como desenlace el cierre por parte de las autoridades del improvisado quirófano. Esa investigación fue estructurada siguiendo el modelo narrativo de planteamiento, nudo y desenlace.

Paralelamente, el programa quería abordar otros asuntos relacionados con la cirugía estética, pero sin un afán investigativo. Hizo un seguimiento de dos personas operadas, una de ellas (padecía una enfermedad que le había desfigurado la cara) y la otra (quería mejorar el aspecto de su nariz y sus orejas), y además reflejó la obsesión por la belleza con el testimonio de jóvenes y famosos que se habían sometido a la cirugía estética. En la siguiente tabla se puede comprobar cómo se articuló la estructura de ese programa.

Estructura del reportaje	Título del separador	Tema	Duración
Sumario		(resume lo más importante)	1:56
Introducción		(chica fallecida tras operación)	1:44
Bloque 1		(investigación de la clínica)	6:00
Bloque 2		(capricho o necesidad)	5:52
Bloque 3		(investigación de la clínica)	2:47
Bloque 4		(obsesión por la belleza)	7:56
Bloque 5		(investigación de la clínica)	6:10
Bloque 6		(capricho o necesidad)	4:29
Bloque 7		(investigación de la clínica)	3:18
Bloque 8		(el “asalto”)	2:23

(Tabla 8: estructura de “Diario de... una obsesión: la cirugía estética” Fuente: elaboración propia)

Al comienzo había un sumario y después una introducción motivada por un caso de actualidad¹⁰⁹. A continuación se desarrollaba el reportaje. El primero, el tercero, el quinto, el séptimo y el octavo bloque estaban dedicados a la investigación de la clínica ilegal que operaba sin autorización. Dichos capítulos formaban el hilo narrativo del guión, con la intención de que el conjunto siguiera un planteamiento, un nudo y un desenlace. El reportaje comenzaba con la denuncia recibida en la redacción y concluía con la clausura de la consulta clandestina y el derecho a réplica de la persona investigada.

Así planteado, parece una estructura dramática clásica, pero cómo se puede observar, la investigación estaba fragmentada. Mientras esta historia llevaba el peso del reportaje, diseminados, entre las partes, había bloques dedicados al seguimiento de la operación de dos jóvenes con distintos problemas estéticos (bloques 2 y 6), y un capítulo que trataba la creciente obsesión de los adolescentes por su aspecto, que les hacía querer parecerse a los famosos (bloque 4).

Por tanto, tenemos una historia principal fragmentada, porque entre medias hay otros bloques. Esta estructura estaba diseñada con el propósito de conseguir una serie de objetivos:

1/ Captar la atención del televidente mediante la creación de suspense. ¿Qué sucederá? En el primer bloque se creaba la expectación suficiente para saber qué ocurrirá en los bloques tres, cinco y así sucesivamente. Se empleaban los avances, que avisaban mediante un total o una imagen de unos 10" que lo mejor estaba por llegar. Esta técnica permitía al programa no dejar escapar a los televidentes y en algunos casos ir sumando los de otras cadenas.

En el reportaje sobre la cirugía estética, se observa, en el desglose minuto a minuto del seguimiento del programa¹¹⁰, cómo el público fue incrementándose muy considerablemente a medida que avanzaba el contenido. El reportaje comienza a las 23:57 h con un 16,8%, y hasta las 24:34 h, en el que entra el corte de publicidad, asciende hasta el 42,4%. Tras cuatro minutos de anuncios, los telespectadores vuelven a Telecinco hasta acabar el reportaje con un 42,3% de la audiencia.

¹⁰⁹ A última hora la estructura se modificó ligeramente porque se incluyó al inicio una noticia de actualidad que tenía que ver con el tema. Dos semanas antes de la emisión del programa falleció una joven durante el transcurso de una operación de aumento de senos. Mercedes Milá entrevistó a la madre de la fallecida.

¹¹⁰ El minuto a minuto del programa se adjunta en el anexo 13.2.3.

2/ Dar una visión lo más completa posible del tema que se trataba (los riesgos de la cirugía estética). La división en capítulos permitía, sin necesidad de bruscos cambios en el guión, tratar aspectos muy distintos de la misma temática.

3/ No saturar al espectador con la cámara oculta. Los bloques dedicados a la investigación solían tener algunas imágenes de cámara oculta de una calidad deficiente de audio y vídeo. Al introducir bloques grabados con cámaras profesionales, el reportaje, en su conjunto, ganaba en luminosidad y color.

4/ Permitir, con estas piezas pequeñas, que cualquiera pudiera seguir el reportaje, ya que algunos de estos mini reportajes eran independientes de la historia principal.

Los reportajes solían llevar uno o dos cortes de publicidad que variaban en extensión y emplazamiento en cada programa. Esa información se le facilitaba a la dirección de *Diario de...* unas pocas horas antes de la emisión, con lo cual no había mucho margen de maniobra. Aún así, se elaboraba un *next coming*¹¹¹ de 10" aproximadamente, justo antes de empezar los anuncios para avisar al telespectador de lo que todavía le quedaba por ver.

Como vemos, primaba la fragmentación de la información. En *Diario de...* está máxima se lleva al paroxismo y no sólo porque el relato textual estuviese dividido, sino porque el discurso audiovisual también lo estaba.

Sobre esta propensión a fragmentar la información, Eva Aladro, que cita un estudio realizado por Elliot en los años ochenta, ve más problemas que ventajas: "La tendencia a fragmentar y a sintetizar la información en la televisión redonda en una menor capacidad de análisis de los temas, siendo este medio capaz de saturar al espectador con una mínima capacidad de información" (1995: 127).

Creemos, sin embargo, que en el siglo XXI el espectador consume la televisión de manera fragmentaria, por los cortes publicitarios o haciendo uso de su mando a distancia, y está acostumbrado a recibir los mensajes con interrupciones. Muchos espacios están compuestos en su interior por unidades más pequeñas; existen segmentos de continuidad como las ráfagas, los separadores, las sintonías. En definitiva, la fragmentación del discurso televisivo es una estrategia narrativa,

¹¹¹ También llamados "cebos" son totales o imágenes de corta duración que se suelen incluir antes de los bloques de publicidad para informar al telespectador de lo que viene a continuación.

posible gracias a las características productivas del medio y a las condiciones de su consumo (Gordillo, 2008).

Esta estructura dramática fragmentada del reportaje condicionaba la forma de contar las cosas y también el tipo de lenguaje que se empleaba. *Diario de...* pretendía ser cercano, por eso utilizaba un lenguaje accesible y directo. Los textos eran muy televisivos, dinámicos, con frases cortas y concisas. Rara vez se observaban descripciones o explicaciones extensas. Este tipo de narración se justificaba, entre otras cosas, por la personalidad de la presentadora. Su actitud ante la información era ágil y así lo transmitía. Aunque, esto no era óbice para que cuando fuera necesaria una reflexión sobre un aspecto del reportaje, así se hiciera.

Las entradillas servían para aclarar o explicar algo, cuando la situación lo requería. Aquí podemos observar un ejemplo de una de las intervenciones a cámara de Mercedes Milá en el reportaje sobre el tabaco. La patronal del tabaco, a la que se le había solicitado una entrevista envió, por mensajería, una respuesta en contestación a la investigación de *Diario de...* La presentadora, tras ver el total de menos de un minuto, interpelaba de la siguiente manera:

Esto es lo que opina la industria del tabaco sobre todo lo que estamos abordando en este reportaje. ¿Les parece a ustedes suficiente? A nosotros, desde luego que no. Queremos respuestas a preguntas incómodas y no declaraciones institucionales sin derecho a réplica (Entradilla “Diario de...un enigma: la fórmula secreta el tabaco”, Telecinco, 3-5-2005).



(Figura 51: Mercedes Milá en una entradilla del reportaje sobre el tabaco. Fuente: Telecinco)



(Figura 52: Mercedes Milá contestando a la patronal del tabaco. Fuente: Telecinco)

Las entradillas de Mercedes Milá eran, a veces, mini editoriales y el lenguaje era sencillo y coloquial. Mirando directamente a la cámara preguntaba al público, pretendía hacerle partícipe de lo que estaba viendo, involucrándole en el reportaje. En algunos programas las entradillas eran fórmulas buscadas que respondían a

situaciones recurrentes. Por ejemplo, en el caso que acabamos de ver, cuando se ofrece el derecho de réplica al investigado.

Hay reportajes en los que predominan los datos, los informes, las declaraciones institucionales, en los que prevalece la información sobre cualquier otro aspecto. Hay otros en los que el periodista trata de convencer al telespectador mediante la introducción de elementos de persuasión. Y están aquellos, en los que el intermediario juega un papel decisivo dramatizando las diferentes situaciones. El discurso televisivo “puede ser esencialmente informativo, esencialmente persuasivo o esencialmente dramático” (Mas, 2011: 83).

En *Diario de...*, aunque hay elementos de todos los tipos citados por Mas, creemos que el discurso es esencialmente dramático. Algo habitual, en el reportaje informativo donde “podemos transformar la estructura en ‘acción dramática’, cuya función no es otra que la de despertar el interés, mantenerlo y aumentarlo” (Artero, 2004: 118).

Soledad Puente, va más allá y afirma que: “los periodistas, al informar, cuentan historias y el método más apropiado para ello es el que combina, como la novela, los recursos propios del arte narrativo con los del arte dramático: el método Hollywoodiense” (Puente, 1999: 56).

En *Diario de...* quién protagoniza esto es Mercedes Milá. La presentadora verbalizaba las situaciones que vivía con la intensidad propia de un momento único e irrepetible. Así lo percibía ella y así lo expresaba. Esta carga de emotividad, que se cuela en la narración, dramatiza la realidad. Esto no tiene porqué afectar a la credibilidad de lo que se está contando, pero se corre el riesgo de distorsionar esa realidad.

7.3.3.4. Por su realización audiovisual

Diario de..., desde sus inicios, concedió una enorme importancia a la realización de los reportajes¹¹². Entendiendo por realización: el rodaje, el montaje y la postproducción, fases diferenciadas con una intención didáctica pero que cada vez más tienden a diluirse en la práctica (Castillo, 2009: 410).

Esto que parece una obviedad, que un programa de televisión se ocupe y preocupe por la realización, no lo es tanto. Durante bastantes años, al estudio del lenguaje audiovisual no se le dio la debida importancia en los programas de licenciatura de periodismo¹¹³, de manera que generaciones de periodistas adolecieron de una completa formación audiovisual. De hecho, muchos profesionales debieron de realizar estudios por su cuenta para adquirir los conocimientos mínimos para ejercer de periodistas televisivos (Soler, 1998: 139).

Esa falta de formación audiovisual hacía que en muchos programas los departamentos de redacción (periodistas) y realización (técnicos) funcionasen de manera casi independiente y que sus relaciones no fueran especialmente fluidas. Para el periodista, el realizador era un “artista” al margen de la realidad. Muchos redactores televisivos creían en la preponderancia de la palabra sobre el lenguaje autónomo de las imágenes. Un vicio que sólo a través de los años de profesión lograrían erradicar (Soler, 1998: 204).

La mayoría de los miembros de *Diario de...*, habíamos carecido de esa formación audiovisual básica, pero gracias a la experiencia adquirida en los diferentes programas de televisión teníamos una cierta cultura audiovisual que queríamos poner en práctica explotando las múltiples posibilidades que ofrecía el medio.

Eran años en los que la televisión estaba consolidando su revolución digital. Las herramientas digitales abrían un abanico inmenso de posibilidades. Es más, algunos autores y profesionales del medio otorgaban un gran valor a las tecnologías como los instrumentos que incluso podían marcar las normas en la realización de las

¹¹² El programa en su primer año en antena recibió el premio Producción Profesional 2005 en la categoría de mejor ejecución técnica de un programa de televisión.

¹¹³ La Licenciatura de Comunicación Audiovisual nació como una especialidad de la titulación de Ciencias de la Información y es, desde la Ley de reforma universitaria, una carrera independiente, de acuerdo con el Real decreto 1427/1991, de 30 de agosto, publicado en el BOE de 10 de octubre de 1991.

piezas audiovisuales. Hasta el punto de afirmar que la llegada de las tecnologías digitales ofrecía a los profesionales de la televisión una oportunidad para saltarse las reglas de la narración audiovisual vigentes hasta el momento (Fuster, 2011: 27).

Diario de... fue uno de esos programas que intentó aprovechar al máximo los avances tecnológicos a su alcance. Utilizó, en sus diferentes etapas, los recursos técnicos más modernos. Tanto para la grabación, edición, como postproducción. Gracias a ello o por culpa de ello, pudo transgredir alguno de los convencionalismos propios del reportaje de investigación. “Los efectos digitales tanto visuales como sonoros pueden alejarnos de la realidad, materia prima del reportaje y, en consecuencia, hacer peligrar la credibilidad del mismo” (Fuster, 2011: 30).

La imagen estaba muy tratada. En ocasiones puede que excesivamente, y se corría el riesgo, cuando hablamos de programas informativos, de que el contenido quedase mermado, en un segundo plano. “Hay que tener en cuenta que cuanto más se trabaje con la imagen, más tiende esta a convertirse en la estrella del medio y la información acaba siendo a menudo inconexa y sin visión de conjunto o análisis de fondo” (Aladro, 1995: 128).

Diario de... propuso desde el inicio una gramática audiovisual efectista, aunque esto pudiera contravenir alguna máxima y distorsionar levemente el contenido. Sin embargo, procuraba paliar esas concesiones al espectáculo con la preocupación porque todo quedase debidamente explicado. La imagen acompañaba inexorablemente al texto, ambos se complementaban y se fusionaban, con la aspiración de que nada quedase sin ilustrarse debidamente.

La dirección de *Diario de...* creía que buena parte del éxito dependía de que la realización se diferenciase de la que utilizaban tanto los reportajes de cámara oculta (el Mundo TV) como los reportajes clásicos (*Documentos TV*). En cuanto a los primeros, porque la inmensa mayoría de planos eran de una calidad audiovisual muy pobre. Según el director de El Mundo TV, Fernando Quintela, la calidad de la imagen era lo de menos. Lo principal era el contenido, lo que se escuchaba y lo que desarrollaba la historia. Aunque reconoce que, a veces, no emitieron historias porque el plano apuntaba al techo y no tenía unos mínimos estándares de calidad (Brichs, 2003: 143). Y en cuanto a los segundos, porque si bien, el tratamiento era muy ortodoxo y cuidado, les faltaba dinamismo, emotividad y fuerza.

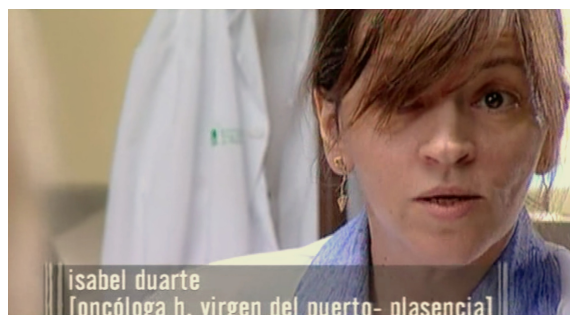
Diario de... se decantaba por un tratamiento audiovisual que mezclara algo de ambos tipos de reportajes. Al mismo tiempo introducía novedades en las tres fases de la realización: grabación, edición y postproducción.

La grabación

Las grabaciones más importantes de los reportajes se hacían siempre con dos equipos ENG¹¹⁴, y además, en ocasiones, un operador portaba una cámara mini dv de apoyo. Eso posibilitaba una gran cantidad de planos y mayor calidad de los mismos. En los rodajes planificados, Mercedes Milá siempre iba acompañada de dos operadores de cámara que grababan su plano y el del entrevistado. Veamos un ejemplo en esta entrevista realizada, en el reportaje sobre centrales nucleares, a la oncóloga Isabel Duarte, del Hospital Virgen del puerto de Plasencia.



(Figura 53: primerísimo primer plano de Milla en la entrevista a la oncóloga. Fuente: Telecinco)



(Fuente 54: primer plano de la oncóloga. Fuente: Telecinco)



(Figura 55: plano general de la entrevista. Fuente: Telecinco)



(Figura 56: plano recurso de la entrevista. Fuente: Telecinco)

¹¹⁴ ENG (Electronic News Gathering o búsqueda electrónica de noticias). El equipo humano de un ENG estaba compuesto por un redactor, un cámara y un ayudante de sonido.

Podemos observar como existen cuatro tipologías de planos en esta entrevista. Durante la misma, los operadores variaban el encuadre, daban diferentes valores, realizaban desenfoces, con la intención de que en el montaje fuese sencillo darle ritmo a la situación.

Los operadores de *Diario de...* grababan en multicámara, es decir, sincronizaban sus aparatos en el momento de iniciar la grabación para que todo lo registrado estuviese en el mismo código de tiempo y facilitase la edición posterior.

En algunas oportunidades, como en el ejemplo anterior, las grabaciones en interiores se planificaban con tiempo y la iluminación de los set elegidos para las entrevistas estaba muy cuidada. Lo mismo sucedía con las entradillas a cámara de Mercedes Milá. Primero, se buscaba la localización más apropiada para el tema en cuestión y, segundo, se realizaba con al menos dos cámaras. Las dos figuras 57 y 58 corresponden al reportaje “Diario de... un gladiador”. En ellas podemos observar una entradilla de Mercedes Milá en un cuadrilátero grabada a dos cámaras.



(Figura 57: entradilla de Mercedes Milá en un plano entero. Fuente: Telecinco)



(Figura 58: entradilla de Mercedes Milá en plano medio. Fuente: Telecinco)

Para realizar las presentaciones de los entrevistados el personaje miraba al objetivo de la cámara fijamente mientras que el operador realizaba algún tipo de movimiento hacia él. En esos dos o tres segundos que duraba el plano se aprovechaba para rotular con nombre y cargo.

A pesar de que hay ocasiones en las que se cuidaba excesivamente la imagen, otras, podía dar la sensación de lo contrario. En los rodajes en el exterior el estilo solía ser más informal; cámara al hombro, seguimiento subjetivo de los personajes, improvisación de localizaciones, normalmente, por exigencias del contenido. En algunas situaciones era algo que podía estar buscado para crear una sensación de mayor realismo. Rodríguez Pastoriza afirma de forma genérica, que

suele ser algo intencionado, que estas situaciones responden a una planificación previa:

Un elemento innovador del reportaje ha sido la introducción de la estética de la imperfección: voces y sonidos defectuosos captados en directo, imágenes recogidas sobre la marcha, tambaleantes al ser recogidas por una cámara al hombro, vídeos de aficionados [...] Transmiten sensación de improvisación, espontaneidad y realismo, aún cuando el reportaje haya sido meticulosamente elaborado (2003: 65).

Sin embargo, cuando Mercedes Milá realizaba uno de sus “asaltos”, surgían imprevistos que eran resueltos de manera espontánea por el equipo ENG y eso se percibía en el resultado final. En el programa “Diario de...una amenaza: centrales nucleares”, Mercedes Milá acudía a ver al alcalde de Saucedilla (Cáceres), un pueblo cercano a la central nuclear de Almaraz. La grabación se desarrolló de manera informal, sin que nada hubiera estado previsto, con cámara al hombro, movimientos bruscos y planos poco cuidados. El resultado fue consecuencia de captar el momento tal y como se produjo; espontáneo e improvisado, como se aprecia en las figuras que vienen a continuación.



(Figura 59: Mercedes Milá con el alcalde de Saucedilla. Fuente: Telecinco).



(Figura 60: entrevista en el despacho del alcalde. Fuente: Telecinco)

Con la cámara oculta ocurre algo semejante. Las grabaciones acostumbran a ser arriesgadas, comprometidas, al menos, y la percepción que puede tener el espectador no es una ilusión, corresponde casi siempre al reflejo de una situación de tensión. Una grabación con cámara oculta, por muy planificada que pueda estar, siempre está sometida a imprevistos. En el momento en el que el reportero va a grabar esas imágenes no hay certeza de que todo vaya a salir bien y, por tanto, la

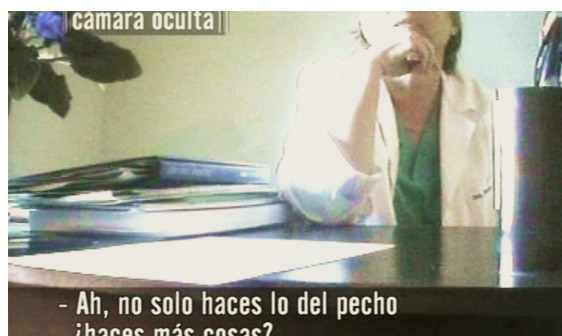
sensación de imperfección se ajusta a lo que está pasando. Muchas veces el sonido, falla, la imagen no es nítida, y no es una estética buscada, sino que es la que te proporciona ese formato. Esa “estética de la imperfección”, como la llama Rodríguez Pastoriza, es fruto de la forma de trabajar pero, en *Diario de...* la mayoría de las veces, no estaba buscada intencionadamente.

Las grabaciones con cámara oculta, desde el punto de vista audiovisual, fueron siempre un quebradero de cabeza. En primer lugar, porque los aparatos eran viejos y usados y, en segundo lugar, porque quienes los manejaban eran reporteros cuyo objetivo primordial era obtener una información valiosa y no conseguir un plano extraordinario¹¹⁵. Eso, obviamente, redundaba en la calidad de la imagen.

En las figuras siguientes, que corresponden al “Diario de... una obsesión la cirugía estética”, podemos apreciar el tipo de plano que se conseguía con las cámaras ocultas. Normalmente, ligeramente desenfocado, mal encuadrado y a veces con la imagen pixelada.



(Figura 61: plano de muy baja calidad de la doctora en su clínica. Fuente: Telecinco)



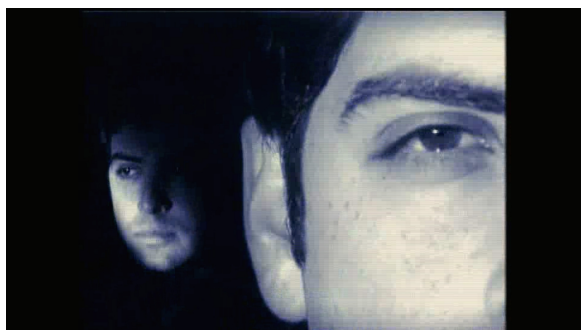
(Figura 62: plano mal encuadrado del reportaje de cirugía estética. Fuente: Telecinco)

Otra característica de la realización de *Diario de...* eran las grabaciones de recreaciones de hechos reales. Mediante la actuación de figurantes, se recreaban situaciones de las que no se tenían imágenes. Eran reconstrucciones muy cinematográficas, con un tratamiento de la fotografía específico y que dotaban al reportaje de la luminosidad y el color que le faltaba a la cámara oculta. Este recurso dramático servía para ilustrar aquellos momentos que requerían de una explicación

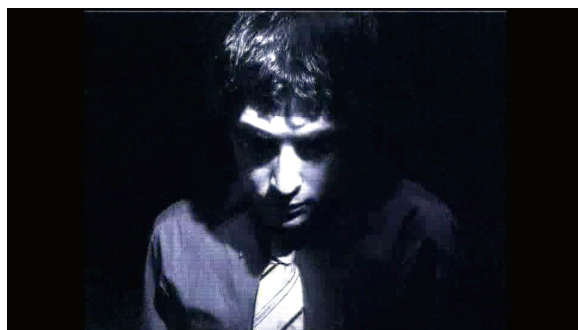
¹¹⁵ Eso fue perfeccionándose con el paso de los años. Los reporteros fueron dándole mayor importancia a la imagen y al audio de sus grabaciones.

visual. Solían emplearse para reproducir con imágenes los testimonios de algunos de los entrevistados.

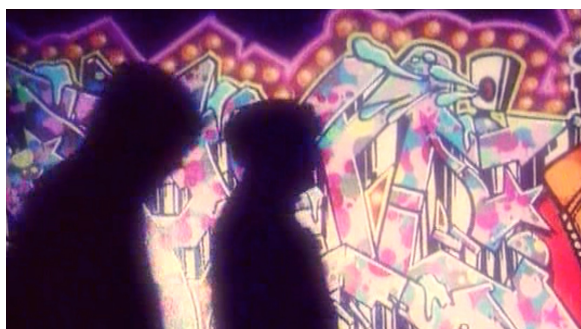
Estas reconstrucciones se pueden observar en varios de los reportajes como “Diario de... un acoso sexual”, “Diario de... bandas callejeras”, “Diario de... un gladiador”. En la mayoría se aprecia un tono sensacionalista con imágenes y audios impactantes para dar énfasis y emotividad a lo que se está narrando.



(Figura 63: recreación del perfil de un acosador sexual. Fuente: Telecinco)



(Figura 64: acosador ficticio en el reportaje sobre acoso sexual en el trabajo. Fuente: Telecinco)



(Figura 65: recreación de dos pandilleros en “Diario de... bandas callejeras”. Fuente: Telecinco)



(Figura 66: plano detalle de un cuchillo en una reconstrucción. Fuente: Telecinco)

Desde un punto de vista formal algunos autores reconocen un trabajo sensacionalista cuando hay una narrativa audiovisual agresiva, y mencionan algunos elementos identificadores: “la edición con un ritmo muy rápido, la persecución de protagonistas mediante cámara subjetiva, los movimientos de ‘zoom-in’ para generar identificación visual, las reconstrucciones de acontecimientos noticiosos, el uso de músicas como herramientas de continuidad, el sonido ambiente; y el ritmo, tono y flujo del reportero en la narración” (Knight citado por León 2010: 24).

La edición

El montaje o edición tenía una importancia decisiva en el proceso de producción, y de ello dependía el ritmo que se le quería dar a los reportajes. “El ritmo de una obra audiovisual es la impresión de dinamismo dada por la intensidad dramática, la duración de los planos y, en último caso, por efecto del montaje, que es donde hace su aparición más ostensible” (Castillo, 2009: 27). La dirección del programa creía en el proceso creativo del montaje, que determinaba la fuerza y el ritmo de los reportajes.

Cada bloque que fragmentaba los reportajes era editado por un ayudante de realización en un Final Cut¹¹⁶. Este tipo de edición no lineal facilitaba el empleo de numerosos efectos de vídeo y audio. *Diario de...* experimentó mucho en sus inicios con las posibilidades que ofrecían estas máquinas. Eran frecuentes los barridos, desenfoques, congelados y ralentizados. El programa estaba bastante cargado de efectos digitales con el fin de “espectacularizar” el relato. Puntualmente se podía caer en la tentación de adornar demasiado las imágenes sin necesidad.

Era una característica del programa emplear efectos digitales para potenciar lo que se quería decir o para remarcar aquello que se consideraba importante. El fin que se buscaba no era exclusivamente estético, también se pretendía, desde la subjetividad referida, subrayar algo que podía ser significativo. El efectismo que acompañaba la narración intentaba que el espectador se sintiera conmovido por lo que estaba viendo. Es decir, era una técnica para atraer al televidente y que no se separara de la pantalla.

La grabación en proceso multicámara propiciaba que el montaje posterior fuera dinámico, muy variado y permitía ofrecer varios puntos de vista al espectador. La edición solía llevar un ritmo rápido, aunque dependía del tema en cuestión. No tenía la misma cadencia un reportaje sobre las centrales nucleares que uno sobre el trabajo de la policía. *Diario de...* quería que el espectador se quedase atrapado por lo que estaba viendo porque “la estética del video clip que se ha trasladado a la

¹¹⁶ *Final Cut* es un software de edición de vídeo no lineal desarrollado por Macromedia y posteriormente por Apple. Desde los primeros años de la década del 2000, muchos programas de televisión utilizan este sistema de edición digital.

información televisiva, obtiene la atención compulsiva y el deslumbramiento del espectador, su fascinación” (Pastoriza, 2003: 35).

Analizando el programa, “Diario de... un gladiador”, advertimos que el tratamiento de la imagen es un bombardeo de estímulos visuales y sonoros. Hay un montaje frenético basado en la sucesión de planos de muy corta duración que podía fascinar y captar el interés pero, al mismo tiempo, restar mucho protagonismo al contenido y saturar al espectador.

En ese reportaje existían unas imágenes de peleas de lucha extrema que eran importantes. El hilo argumental se basaba en ese documento visual. A partir de esas secuencias, exclusivas e impactantes, se contaba la historia. Se quiso construir un reportaje de cuarenta y cinco minutos de duración a partir de unas imágenes y éstas, ineludiblemente, fueron las protagonistas, dejando un poco de lado la investigación periodística. El reportaje se convirtió en una sucesión de secuencias llamativas, pero sin un buen guión de investigación que lo respaldase.

En las siguientes figuras se pueden apreciar los efectos que se le aplicaban en la edición a las imágenes originales de la pelea de lucha extrema grabada por un colaborador del programa.



(Figura 67: efecto de *flash* aplicado a la imagen.
Fuente: Telecinco)



(Figura 68: *zoom* digital aplicado a la imagen.
Fuente: Telecinco)



(Figuras 69: grafismo del programa integrado
en la imagen. Fuente: Telecinco)



(Figura 70: grafismo y *zoom* digital aplicado a
la imagen. Fuente: Telecinco)

En “Diario de... un gladiador”, tanto el tema en cuestión, combates de lucha extrema, como el tratamiento realizado, reflejaban una artificialidad excesiva. Las reiteradas imágenes violentas, los repetitivos *zooms* digitales y los ecos sonoros al final de algunos totales, coadyuvaban a que se cayera en un efectismo exagerado. La cuestión de fondo; las peleas ilegales, con la presencia de niños y organizadas por miembros de la ultraderecha valenciana, quedaba bien patente; pero la narración audiovisual podía distorsionar más que aclarar.

Ese reportaje, “Diario de... un gladiador”, fue el programa menos visto de *Diario de...* en su primer año de vida, con diferencia. Tuvo un 15,9% de audiencia y 2.450.000 espectadores. Desconocemos si fue el tema escogido, el horario elegido, antes de lo normal, las 22:58 h, la competencia en otras cadenas o que, precisamente, el tratamiento audiovisual no agradó al telespectador. El caso es que fue un motivo para que el programa evitara en posteriores emisiones los excesos que se habían cometido.

La postproducción

La postproducción, que Castillo define como el “conjunto de procesos necesarios para el perfecto acabado de un programa” (2009: 349), tenía una importancia notable dentro de la edición de los reportajes de *Diario de...* En función de la premura en emitir un reportaje, Gabriel García, postproductor del programa, llegaba a emplear semanas en las distintas tareas a desempeñar en una sala de Avid: incorporación de efectos y rótulos, modificaciones de color o la sonorización.

Una vez editados los bloques, eran enviados a una sala de postproducción (Avid Media Compouser), en la que se realizaba un etalonaje digital¹¹⁷ de todos los planos hasta conseguir la uniformidad de colores y una identidad en la imagen. En esta primera etapa, en la que *Diario de...* fue programado detrás de la serie norteamericana *CSI Las Vegas*, el realizador y el postproductor apostaron por una continuidad en la tendencia cromática. Como se puede observar en los siguientes

¹¹⁷ El etalonaje es un proceso en el que se altera el color de la imagen, plano o plano, con la intención de conseguir la calidad cromática más adecuada para cada programa, película o anuncio publicitario.

figuras los colores dominantes en la ficción eran el azul y el rojo o anaranjado y eso se quiso emular en el programa.



(Figura 71: plano de *CSI Las Vegas* en el que predomina el azul. Fuente: Telecinco)



(Figura 72: plano de *CSI Las Vegas* en el que predomina el naranja. Fuente: Telecinco)



(Figura 73: plano de la cabecera de *Diario de...* en el que predomina el azul. Fuente: Telecinco)



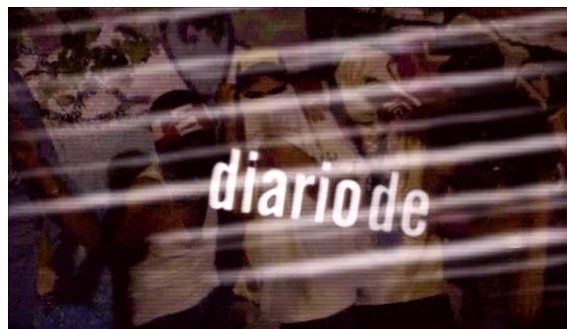
(Figura 74: plano de la cabecera de *Diario de...* en el que predomina el naranja. Fuente: Telecinco)

El programa, como la serie norteamericana, combinaba tonos azules (fríos) y tonos rojos (cálidos) con la idea de conseguir un contraste de claro/oscuro: “hay uno o varios colores más aproximados al rojo y uno o varios colores más aproximados al azul” (Castillo, 2009: 160).

Así mismo, en la sala de Avid se revisaba la luminosidad y el contraste de todas las secuencias grabadas. Posteriormente se introducían las transiciones, los rótulos, los grafismos y la infografía. El equipo de realización se encargaba de diseñar todos los elementos gráficos que identificaban a *Diario de...* El código de barras que vemos incrustado en los figuras siguientes era la seña de identidad del programa. En este caso se integra en diferentes planos del reportaje “Diario de... bandas callejeras”.



(Figura 75: logo del programa que iba integrado en todos los reportajes. Fuente: Telecinco)



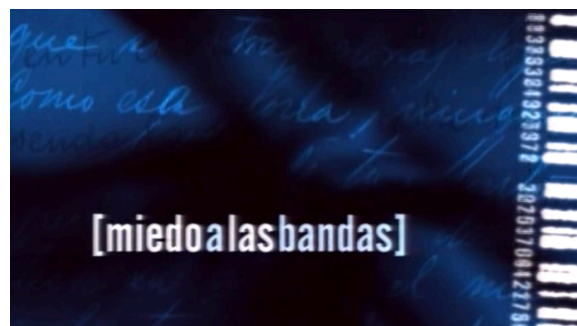
(Figura 76: grafismo del programa que iba integrado en todos los reportajes. Fuente: Telecinco)

El realizador incluía los grafismos en aquellos momentos más propicios visualmente y en ocasiones, para poner el sello de *Diario de...* en situaciones de especial relevancia por el contenido.

Uno de los aspectos novedosos de la realización de *Diario de...* fue la introducción de unos separadores para cada bloque o mini reportaje. Como en el ejemplo que ponemos a continuación, llevaban la gráfica de *Diario de...* y un título que resumía de qué trataba el tema. Los colores dominantes solían ser el rojo y el azul.



(Figura 77: separador con fondo rojo del “Diario de... bandas callejeras”. Fuente Telecinco)



(Figura 78: separador con fondo azul del “Diario de... bandas callejeras”. Fuente: Telecinco)

En algunas ocasiones los separadores de bloques, también requerían de un tratamiento audiovisual y un montaje especial. Además de llevar un título que los identificaba, tenían una realización que los hacía más comprensibles. Cada separador era un vídeo de unos siete segundos con una imagen metafórica que explicaba de qué se iba a hablar en ese bloque.

En el reportaje sobre el tabaco se elaboraron unos vídeos que simbolizaban el contenido de cada segmento. Las figuras siguientes son un ejemplo de ello.



(Figura 79: el cigarrillo en el ojo simboliza la obsesión por el tabaco. Fuente: Telecinco)

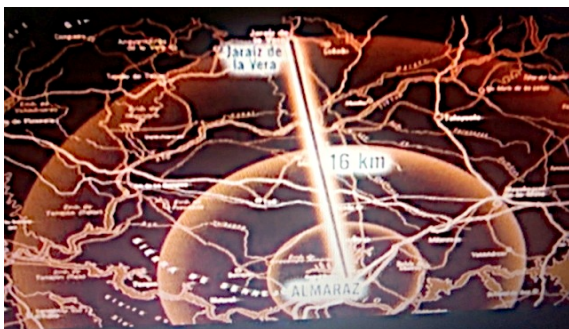


(Figura 80: un fumador molesta a un no fumador echándole el humo. Fuente: Telecinco)

El primer vídeo representaba la obsesión de los adictos al tabaco. Están visualizando un cigarrillo constantemente. El segundo separador quería simbolizar el enfrentamiento que podía originarse entre el fumador y el no fumador con la nueva ley del tabaco.

Estos separadores servían de introducción a los bloques y dotaban de continuidad y coherencia a la realización del programa que, como la estructura del guión, también estaba fragmentada.

El programa utilizaba elementos de infografía que apoyaban el *off*: mapas, esquemas, rótulos, gráficos etcétera. *Diario de...* lo hacía con cierta asiduidad. Empleaba estos recursos para apoyar visualmente la explicación de un texto. Sobre todo, cuando se trataba de situar geográficamente el tema u ofrecer cifras explicativas. En estos mapas, que vienen a continuación, lo que se pretendía era localizar geográficamente la zona y visualizar las distancias de los diferentes pueblos con respecto a la central nuclear de Almaraz, en el reportaje “Diario de... una amenaza: centrales nucleares”.



(Figura 81: mapa que situaba la distancia entre la central y Jaraíz de la Vera. Fuente: Telecinco)



(Figura 82: mapa que situaba la distancia entre la central nuclear y Talayuela. Fuente: Telecinco)

La labores más engorrosas y que más tiempo requerían eran las que tenían que ver con las grabaciones con cámaras ocultas. El tapado de las caras de los entrevistados, que no querían o no podían ser reconocidos, y los subtítulos que acompañaban a las conversaciones con audios deficientes, eran tareas en las que se empleaban muchas horas. A veces, como en el caso que se ejemplifica en la figura 84, había más de una persona a la que no se podía identificar.



(Figura 83: cámara oculta a un pandillero en “Diario de... bandas callejeras”. Fuente: Telecinco)



(Figura 84: cámara oculta a dos pandilleros de la banda de los “Latin King”. Fuente: Telecinco)

Por último, el reportaje era sonorizado en una sala de postproducción de audio. Normalmente eran necesarias dos o tres sesiones de ocho horas en la cabina. Allí, se introducían las músicas extradiegéticas¹¹⁸ que se integraban en los momentos que consideraba oportuno el realizador. El fin era aportar dramatismo, aumentar la emotividad de algunas situaciones y generar mayores sensaciones en el espectador.

En los primeros años de *Diario de...*, el programa tenía un músico que creaba piezas *ad hoc* para cada tema. El realizador le explicaba lo grabado, si era necesario le enseñaba algún fragmento del reportaje, y el músico actuaba en consecuencia. Eso garantizaba un sello propio al programa, ya que la mayoría de los reportajes de televisión solían recurrir a bibliotecas de audio convencionales o a melodías conocidas.

La sala de postproducción de audio, también se utilizaba para potenciar algunos sonidos mal registrados por las cámaras ocultas. Era frecuente que la grabación fuera defectuosa o que el sonido ambiente impidiese una perfecta

¹¹⁸ Aquellas músicas que no forman parte de la diégesis (acción).

comprensión de los diálogos, por lo que se necesitaba un tratamiento especial de ese audio en postproducción.

Las distorsiones de voces a personas que no querían ser identificadas también se efectuaban en la cabina de postproducción. Ocasionalmente, se introducían efectos especiales de audio, como la lluvia o el sonido de los pájaros, que habían quedado mal registrados por el micro ambiente de la cámara y que reforzaban el sonido general.

El último paso solía ser la locución del *off* de la presentadora. Cuando estaba todo acabado Mercedes Milá leía el guión para completar el puzle. Finalmente se hacía la mezcla de todos los audios.



(Figura 85: Mercedes Milá en la sala de postproducción leyendo el *off* de un reportaje. Fuente: Telecinco)

Una vez que hemos descrito que *Diario de...* es un reportaje híbrido diseñado especialmente para la televisión: por el rol de la presentadora, por la interpretación que hace de la realidad, por la estructura narrativa dramática fragmentada y por emplear un lenguaje audiovisual innovador analizaremos qué objetivos se marcó como programa.

7.3.4. Los objetivos de *Diario de...*

Ya hemos señalado que *Diario de...* fue construyéndose con el paso de los reportajes. Sin embargo, había una serie de objetivos generales que tenía muy definidos desde su comienzo y que aspiraba a cumplir.

7.3.4.1. Informar

Dice Mariano Cebrián que “la televisión informa de la realidad actual de la sociedad mediante fragmentaciones organizadas en noticias o relatos breves” (1998: 167). *Diario de...* va un paso más allá e interpreta esa realidad. Lo que hace, es dar una versión, su versión, de las múltiples que puede haber, de los acontecimientos que ocurren en nuestro entorno. Tiene la voluntad de contar historias que preocupan a los ciudadanos y que a estos no les dejen indiferentes. Por tanto, tiene la aspiración de informar y de interpretar esa información.

Se creó un equipo diseñado para transmitir información. Desde la presentadora, con un notable bagaje profesional en el mundo del periodismo, hasta cualquiera de los reporteros que trabajaban en *Diario de...* tenían claro que eran periodistas. La mayoría habían pasado por los servicios informativos de alguna cadena, realizado diferentes tipos de reportajes o trabajado en magazines de actualidad.

Si observamos la temática que escogió *Diario de...* para sus reportajes en esta primera etapa, advertiremos que, la mayoría, eran asuntos que afectan a la salud, al empleo o la seguridad; temas que el programa entendía que podían ser interesantes para los ciudadanos y sobre los que querían estar informados.

- En “Diario de un acoso sexual”, se investigaban diversos casos de mujeres acosadas sexualmente en el ámbito laboral.

- En “Diario de... una amenaza: centrales nucleares”, se abordaba la posible incidencia de la energía nuclear en las personas que viven cerca de las plantas atómicas.

- En “Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco”, se trataba el consumo de tabaco en España y sus posibles consecuencias.

- En “Diario de... una obsesión: la cirugía estética”, se investigaban las prácticas ilegales en una clínica clandestina y se analizaba el aumento de este tipo de operaciones.

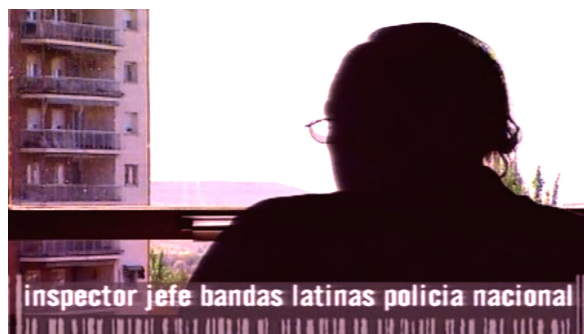
- En “Diario de... Bandas callejeras”, se hablaba del fenómeno creciente de las bandas callejeras compuestas por adolescentes latinos.

- Y en “Diario de...un traficante de drogas”, se ponía el foco en el consumo de estas sustancias entre los más jóvenes.

Todos eran reportajes que abordaban una realidad social y cotidiana desde un punto de vista periodístico. Es cierto que no son asuntos políticos, ni económicos, ni de alcance internacional, pero son temas que conciernen a un gran número de ciudadanos y sobre los que el programa pretendía informar a sus telespectadores.

En algunos casos, como en el “Diario de... bandas callejeras” el reportaje intentaba informar sobre unos hechos que estaban de actualidad. El asesinato de un joven de Villaverde (Madrid), a manos de los miembros de una banda callejera, fue el detonante que hizo que el programa profundizara en lo que resultó ser un problema social: la proliferación de bandas muy violentas formadas por jóvenes sudamericanos. A través de las entrevistas a miembros de los “Ñetas” y los “Latin King”¹¹⁹ se podía comprobar que existía una auténtica rivalidad entre ambas pandillas que se traducían cada fin de semana en reyertas callejeras.

La Brigada de Tribus Urbanas de la Policía Nacional cooperó con el programa en la elaboración del reportaje, ofreciéndole información y testimonio sobre su trabajo. En concreto, facilitó a *Diario de...* la posibilidad de contactar con miembros de estas bandas para que pudieran explicar el porqué de su implantación en España. Fue la primera vez que *Diario de...* y las FCSE colaboraban activamente en la realización de un reportaje de investigación.



(Figura 86: entrevista a contraluz, para no ser reconocido, al inspector jefe de bandas latinas en Madrid para el reportaje “Diario de... bandas callejeras”. Fuente: Telecinco)

¹¹⁹ “Los Ñetas” y “Latin King” son dos bandas latinas formadas, en su mayoría, por jóvenes ecuatorianos que protagonizaron numerosos actos violentos durante los primeros años de la emisión del programa. Trajeron, fundamentalmente, a Madrid y Barcelona los modelos de actuación delictiva ya instaurados en su país. La policía les consideró bandas implantadas en España a raíz de la detención, en el año 2003, del líder de los “Latin King”, King Eric.

7.3.4.2. Investigar y denunciar

La mayoría de los programas de *Diario de...* tenían como aspiración que hubiera una buena investigación periodística. Había un equipo creado para hacer este tipo de periodismo televisivo, que trataba de indagar en los pormenores de cada tema en el que se trabajaba. Había limitaciones temporales, que provocaban que las investigaciones no siempre pudieran ser lo completas que se deseaba, por lo que era frecuente que algunos asuntos quedaran más en el ámbito de la denuncia, que en el de la pura investigación periodística. Es más, desde que el programa se fue haciendo reconocible para el público, eran cada vez más numerosas las llamadas de ciudadanos que denunciaban hechos que les afectaban y que luego eran investigados por el equipo de *Diario de...*

El periodismo de investigación implica, de algún modo, realizar un servicio público. *Diario de...* tenía entre sus objetivos serle útil al ciudadano, aún formando parte de una programación de una cadena privada. Tenía un compromiso con los telespectadores, sobre todo con aquellos que depositaban su confianza denunciando sus causas. La respuesta del programa no se limitaba a mostrar los hechos, buscaba soluciones.

Programas como el de la cirugía estética, el del tabaco o el de las centrales nucleares, intentaban esclarecer aspectos irregulares que se escondían bajo la actividad de los diferentes responsables políticos o empresariales. Estos reportajes querían mostrarle al ciudadano una realidad oculta y que desconocía. Analizaban con profusión aquellos asuntos que más podían interesar al espectador y desmenuzaban la información para ofrecérsela al público.

Merced a las investigaciones realizadas, algunos de los programas emitidos por *Diario de...* tuvieron consecuencias legales y políticas. “Diario de... un gladiador” fue una denuncia periodística que puso en evidencia la celebración de combates de lucha extrema (Vale-Tudo) en pabellones municipales, con la presencia de niños, y la aquiescencia de los alcaldes de varias localidades.

Gracias a unas imágenes proporcionadas por un colaborador, el programa se puso en marcha e investigó qué había detrás de uno de esos combates celebrado en Mislata (Valencia). Tras la investigación, lo que el equipo de periodistas fue descubriendo evidenciaba que las peleas incumplían la normativa vigente.

Una vez emitido el reportaje, la oposición en pleno pidió la dimisión del alcalde, como así lo reflejaban los periódicos de la zona. “Socialistas y EU (Esquerra Unida) exigen la dimisión del alcalde del PP de Mislata (Valencia) por asistir a una pelea montada por ultras” (*www.elpais.com*, 2-2-2005). Tras un rifirrafe político considerable, días más tarde, el pleno del Ayuntamiento de Valencia decidió prohibir esta lucha extrema en toda la ciudad. “Barberá prohíbe los combates de Vale-Tudo en Valencia y anima a los vecinos a denunciarlos” (*Las Provincias*, 2005: 23).

Los efectos del programa no acabaron ahí, ya que la Fiscalía de Menores de Valencia decidió abrir diligencias contra los organizadores del evento por permitir la entrada de menores al combate. Semanas después el periódico *El Levante* publicó: “La fiscalía del menor aprecia negligencia en el alcalde de Mislata por el combate de Vale-Tudo”, y añadía que el fiscal coordinador de menores calificó el espectáculo como “sangriento” (*El Levante*, 2005: 20).

Otro de los programas que tuvo efectos inmediatos fue “Diario de... una obsesión: la cirugía estética”. El trabajo periodístico sacó a relucir las ilegalidades que cometía una doctora en su consulta. Las pruebas se remitieron a la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid, que al día siguiente, decidió clausurar la clínica y multar con 15.000 euros a la doctora.

Reportajes con el mismo espíritu investigador provocaron un debate político sobre el asunto que se trataba. Es el caso de “Diario de... una amenaza: centrales nucleares”, en el que se abordaba la posible incidencia sobre la salud de las instalaciones nucleares de nuestro país. Más allá de plantear el desmantelamiento de las centrales, como pedían los afectados, algunos médicos o trabajadores de las plantas, lo que buscaba el programa era promover un estudio serio que evaluara si los ciudadanos de las poblaciones cercanas sufrían más enfermedades que el resto.

Un año después de la emisión del reportaje, el 29 de noviembre de 2005, el Pleno del Congreso de los Diputados aprobó, con un solo voto en contra, una proposición no de ley presentada conjuntamente por PSOE e Izquierda Verde (IU-ICV) por la que se instaba al Gobierno del PP a desarrollar un estudio epidemiológico en las zonas donde existían instalaciones nucleares y sus áreas de influencia (vientos y corrientes de agua entre otros).

Como dato relevante reseñaremos que las reacciones en la prensa extremeña, tras hablar de la central nuclear de Almaraz (Cáceres) no fueron muy elogiosas. *El Periódico de Extremadura* dedicaba un editorial al reportaje que titulaba

“Rigor sobre Almaraz”, en el que pedía “rigor” y que no se cayera en el “maniqueísmo”. En la misma edición trataba el asunto como tema del día y señalaba que “Almaraz y su zona estaban indignadas con un programa de Telecinco” (www.elperiodicodextremadura.com, 2-12-2004). Y días más tarde, el periódico *El Hoy* publicaba una información de la Central Nuclear de Almaraz, a toda página, en respuesta a la línea editorial del programa: “la CNA estudia iniciar acciones legales contra un programa de Telecinco emitido el martes” (*El Hoy*, 2004: 3).

Algo parecido sucedió con “Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco”. La investigación no supuso la encarcelación de nadie, ni desencadenó una oleada de dimisiones, pero suscitó un profundo debate público. Por poner un ejemplo, al día siguiente de la emisión, el programa *La Ventana*¹²⁰, de la Cadena SER, entrevistaba a Mercedes Milá, para hablar de las revelaciones que destapaba el reportaje. Uno de los contertulios y crítico de televisión afirmaba:

Lo que vimos anoche en Telecinco, conducido por ti, Mercedes Milá, es el ejemplo más rotundo, convincente y eficaz que yo he visto en muchos años de periodismo de investigación. ¿Por qué?, porque había información. ¿Qué es información? Lo explicó Lord Norcliffe. Información es todo aquello que alguien en algún sitio quiere ocultar. El resto es publicidad. Anoche había ahí muchas cosas que yo nunca había oído. Eso es información (Amela, 4-5-2005).

7.3.4.3. Entretener e impactar

Como hemos comentado el “infoentretenimiento” está presente en la televisión desde hace décadas. *Diario de...* le daba especial importancia a la forma de contar las cosas, que resultara entretenido. No era prioritario, pero sí importante. Buscaba el equilibrio entre el rigor informativo, las concesiones al espectáculo y despertar emociones.

Diario de... aspiraba a llamar la atención del espectador. Deseaba que lo que mostraba no le dejase indiferente. Entre otras cosas, porque dejar huella en el público era una de las formas que tenía de sobrevivir a su irregular periodicidad.

¹²⁰ Magazine de radio, líder en su franja horaria (16h-19h), por aquel entonces dirigido y presentado por Gemma Nierga. La cita está extraída de la transcripción del programa realizada por TNS media intelligence.

Es evidente que *Diario de...* trabajaba con unos márgenes de tiempo superiores a la media de otro tipo de programas. Esto debía traducirse en la elaboración de contenidos especiales, que marcaran una diferencia notoria para el espectador. Todo programa tiene la pretensión de sorprender, pero en el caso de *Diario de...* con más razón, por sus condiciones singulares.

Su especificidad comportaba que un programa de *Diario de...* debía aportar una investigación periodística de mucho empaque o una historia periodística contada de una manera única. Y eso es lo que intentaba este programa; entretener a través de sus contenidos y, sobre todo, por la forma de tratarlos.

En “Diario de... un traficante de drogas”, programa en el que se hablaba sobre el consumo y la venta de drogas en España, no se narraban cosas extraordinariamente novedosas. Lo que hacía singular ese reportaje, de otros muchos que han abordado este tema, era la forma de enfocar el asunto. El programa seguía los pasos de un correo de la droga que transportaba desde Marruecos hasta España bolas de cocaína introducidas en su cuerpo. El reportaje mostraba, con todo detalle, cómo actuaban estos denominados “culeros”¹²¹ y ponía en evidencia los controles fronterizos. Eran muy impactantes las imágenes del correo de la droga en Marruecos tragándose medio kilo de cocaína en bolsitas y posteriormente, a su llegada a Sevilla, expulsándolas.

Sobre este particular, el crítico de televisión Sergi Pàmies afirmaba en *El País* que “Milá busca un arriesgado equilibrio entre la objetividad de los hechos y la subjetividad de la opinión, entre el espectáculo televisivo y la ética periodística” (Pàmies, 17-7-2005).

En “Diario de... centauros: acción policial” el programa se basaba en las secuencias grabadas a los agentes durante su patrullaje en la calle. Era un reportaje que buscaba entretener más que informar, en el que predominaba la forma sobre el fondo, y en el que los protagonistas eran los policías y el trabajo que realizaban. Mercedes Milá apenas tenía incidencia. Lo que prevalecían eran las acciones impactantes y las situaciones llamativas: persecuciones, detenciones, agresiones, robos, reyertas callejeras.

¹²¹ Correos de la droga que se introducen bolas de hachís o cocaína por la boca para burlar los controles aduaneros y al llegar a su destino las expulsan por el ano.

Las siguientes imágenes corresponden a dos momentos del seguimiento que hizo el programa del trabajo de “Los centauros”.



(Figura 87: “Los centauros” detienen a un delincuente. Fuente: Telecinco)



(Figura 88: plano de un coche quemado por unos “aluniceros”¹²². Fuente: Telecinco)

Ese afán por llamar la atención del espectador también se apreciaba en el “Diario de... bandas callejeras”. El tono alarmista, en ocasiones, buscaba impactar. El reportaje enseñaba sin ambages, el enfrentamiento entre los miembros de los clanes con el fin de alertar al ciudadano de una situación preocupante.

Diario de... también aspiraba a que lo que contase o revelase influyera en la sociedad. El impacto que tiene un programa en el público se aprecia midiendo el efecto que tiene sobre la gente, su capacidad de hacer cambiar el punto de vista de las cosas. No es algo fácil. Muy pocos trabajos periodísticos lo han conseguido.

7.3.4.4. Obtener buenos datos de audiencia

En aquellos años en los que Telecinco, triunfaba a nivel global, tan sólo un mal dato de audiencia era suficiente para que todo se cuestionara; el formato no funciona, la presentadora está sobreactuada, los temas son excesivamente informativos. Una retahíla de críticas, que salían a relucir, en cuanto asomaba la indiferencia del público. “La espada de Damocles” siempre está sobre la cabeza de este tipo de programas.

En la temporada 2004-2005, programas de referencia como *Informe Semanal* o *En Portada*, sufrían las consecuencias de la competitividad de la televisión

¹²² Delincuentes que se dedican a robar establecimientos empujando los vehículos contra las lunas de los comercios que pretenden asaltar.

comercial. *Informe Semanal*, emitido en TVE 1, consiguió un discreto 13,6% de *share*, su mínimo histórico y *En Portada*, programado en TVE 2, tenía una media anual de un 4,8% *share*, con 848.000 espectadores (Anuario de la televisión, 2006: 120-121). Los programas informativos tradicionales, que no fueran los diarios, iban desapareciendo de las programaciones, y los que se mantenían lo hacían a duras penas y porque pertenecían a las cadenas públicas.

Otro ejemplo del ostracismo al que se veían sometidos estos formatos fue el programa *30 minutos* de Telemadrid. Un estandarte de la cadena, hacía no muchos años, fue poco a poco relegado a los horarios de madrugada. En el año 2005 se emitía habitualmente a las 01:15 h, con 62.000 espectadores de media (*ibidem*). Según su último director, José Manuel Albelda, los constantes cambios de programación durante años, y la irrupción de canales de televisión en TDT fragmentaron la audiencia y perjudicaron progresivamente sus resultados ¹²³ (Albelda, 2015).

La escasez de formatos de gran reportaje, documentales televisivos o reportajes de investigación, era alarmante, hasta el punto, de que salvo en TVE 2, en el resto de cadenas nacionales privadas sólo había un programa de este tipo, con una periodicidad fija, *7 días, 7 noches*. A veces y con cuentagotas salían “Especiales informativos” o “Reportajes especiales”, generalmente vinculados a la actualidad.

Es necesario aclarar que en ese momento la información no diaria, los reportajes en general y los de gran formato en particular, estaban en franca decadencia en la televisiones comerciales. Por esa razón, *Diario de...* intentó buscar la fórmula para no ser objeto de la indiferencia ni de los programadores, ni de los espectadores.

Sería ingenuo pensar que sin audiencia, este programa hubiera continuado vivo. Para hacernos una idea, durante 2005 cinco programas de Telecinco fueron cancelados de manera fulminante por sus resultados. Los programadores no tenía reparos a la hora de suprimir espacios. Estos son algunos ejemplos:

- *Plan C*. El programa más fugaz del año. El *late show* presentado por Carolina Ferre y producido por El Terrat se estrenó el 7 de noviembre y fue

¹²³ A finales de 2012 y principios de 2013 Telemadrid ejecutó un Expediente de Regulación de Empleo (ERE) que supuso la supresión de todos los programas no diarios, como el *30 minutos*.

retirado a las tres emisiones, de la noche de los lunes, por “no cumplir con las expectativas de la cadena”. La media acumulada por el programa en sus tres únicas emisiones fue del 20% de *share* y de 717.000 seguidores. Parece que los datos eran insuficientes para Telecinco, que superaba el 25% en esta franja con reposiciones de la serie *C.S.I.: Las Vegas*.

- *El pasado es mañana*. Un serial diario sobre el mundo de la moda, protagonizado por Remedios Cervantes y Josep Linuesa. A pesar de que tenía grabados más de cien capítulos, no consiguió asentarse en las tardes. Su audiencia media se movió entre el 13% y 15% de *share*.

- *Maneras de sobrevivir*. La comedia inspirada en la película *Días de fútbol*, protagonizada por María Esteve y Juan Sanz, se estrenó el 17 de julio, pero no cuajó en la noche de los domingos. En su estreno, tuvo un 20% de media, pero hizo cuatro puntos menos que el capítulo repetido de la serie *7 vidas*, emitido la semana anterior en esa misma franja horaria, las 23:00h. Sólo se emitieron seis capítulos.

- *La hora de los corazones solitarios*. El *talk show* de búsqueda de pareja que presentaba Óscar Martínez los sábados a las 18:00 h no obtuvo la audiencia esperada. Se estrenó el 28 de mayo y fue retirado, tras seis emisiones, el 3 de julio. Tuvo una discreta media del 14,6% y 1.251.000 fieles.

- *I love zapping*. Un espacio de piezas sobre el corazón que Telecinco incorporó en marzo, los sábados a las 20:00 h, registró al cierre del año una media del 15,1% (www.vertetele.com, 28-12-2005).

Algunos de estos programas obtuvieron un *share* del 20%. Sin embargo, este dato suponía, en aquella época, estar por debajo de la media de la cadena. Por lo tanto, es obligado reconocer que conseguir la mayor audiencia posible era uno de los principales objetivos de *Diario de...* A pesar de eso, Mercedes Milá no se sintió presionada en ese sentido y achaca la búsqueda de audiencia a la profesionalidad del equipo:

Yo no recuerdo que tuviéramos presión por conseguir unos datos de audiencia, lo que teníamos nosotros era el prurito y queríamos conseguir esos datos, y, de hecho, conseguimos datos muy buenos, que nos hicieron muy respetables [...] Siempre te decían cuidado, cuidado, pero es lógico y eso lo respeto por parte de los directivos de una cadena privada (2015).

Una de las facetas que más se cuidaba era la promocional. *Diario de...* no tenía una periodicidad fija y, por esa razón, era de vital importancia que tanto la cadena como la presentadora hicieran un esfuerzo por recordarle a la gente que el programa existía. Por ello, era imprescindible una notable labor de promoción de los reportajes. Para empezar, durante al menos cuatro o cinco días antes de la emisión, se emitían avances de diez o quince segundos, a lo largo de la programación de Telecinco, para que el público supiera que *Diario de...* se iba a emitir. Paralelamente, la producción del programa enviaba el reportaje a los diferentes espacios de la cadena (informativos, magazines, debates) para que se hicieran eco de lo más importante y publicitaran su emisión. Además, Mercedes Milá solía ir a los platós de Telecinco (*El programa de Ana Rosa*,¹²⁴) fundamentalmente, para “vender” los reportajes. La mañana previa a la emisión de *Diario de...*, la presentadora se sentaba en el plató de Ana Rosa Quintana y adelantaba a los espectadores los contenidos que esa noche iban a poder ver en el programa.

La prensa también desempeñaba un papel esencial en este aspecto. Los medios impresos o de internet, en sus páginas de televisión, publican las programaciones y destacan las novedades. Allí es donde *Diario de...* destinaba parte de sus esfuerzos, ya que muchos potenciales espectadores, acuden a estas páginas para informarse de lo que van a emitir las distintas cadenas de televisión. Si este trabajo se hacía con efectividad, era más fácil conseguir la ansiada audiencia. Cada programa llevaba una nota de prensa escrita por el equipo de *Diario de...* en la que se divulgaban los contenidos.

Como vimos en el capítulo dedicado a los difíciles comienzos de *Diario de...* el programa consiguió con creces el objetivo de lograr interesar al público. En las diez emisiones, entre enero y diciembre, alcanzó una *share* de 25,9% de media. En varias ocasiones, llegó a ser el tercer programa más visto del día y superó ampliamente a todos los competidores de su franja horaria.

El “Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco” logró 3.554.000 espectadores de media, lo que lo situó como el programa de reportajes más visto del año. Muy por encima de cualquier otro espacio informativo semanal o de actualidad.

¹²⁴ Magazine presentado por Ana Rosa Quintana desde enero de 2005. Se emite por las mañanas en Telecinco. Es un programa contenedor con entrevistas, reportajes, crónica rosa y actuaciones en directo. Ha sido líder de audiencia en su franja horaria durante todos los años de su existencia.

Más valor le damos, sí añadimos que *Diario de...* comenzó ese día a las 23:50 h, franja de mucho menos consumo que el *prime time*.

El Anuario de la televisión de GECA destacaba los altos índices de audiencia del programa. “*Diario de...* se convierte en el programa más visto de su género en la última campaña regular¹²⁵ (2004/2005) [...] el público respalda así el regreso de Mercedes Milá a la investigación periodística [...] se posiciona como el principal exponente de la tendencia de ascenso demostrada por los programas de actualidad y reportajes” (2006: 119).

En la siguiente tabla se detallan las audiencias anuales de los principales programas de reportajes en aquella temporada. Podemos apreciar como *Diario de...* lidera de forma destacada esta clasificación.

Cadena	Programa	Telespectadores	Share
Telecinco	<i>Diario de...</i>	3.043.000	25,6%
Antena 3 TV	<i>Espejo Público</i>	2.375.000	20,6%
TVE 1	<i>Informe Semanal</i>	1.877.000	13,6%
Antena 3 TV	<i>7 días, 7 noches</i>	1.107.000	23,1%
La 2	<i>Documentos TV</i>	928.000	6,6%
La 2	<i>Crónicas</i>	915.000	5,1%
La 2	<i>En Portada</i>	848.000	4,8%
La 2	<i>Línea 900</i>	584.000	5.0%

(Tabla 9: audiencia media de los programas de actualidad y reportajes de las cadenas nacionales en la temporada 2004/05. Fuente: anuario de la televisión GECA (2006: 120).

A partir de este momento vislumbramos un cambio de estrategia empresarial que merece la pena mencionar. Los buenos resultados de audiencia de *Diario de...* hacen que los directivos de Telecinco se animen a ofertar en su cadena este tipo de contenidos. El 31 de mayo de 2005, a las 23:45 h, programaron el reportaje “Yakovlev-42”; una investigación producida por Iberrota films, sobre el accidente aéreo ocurrido en Turquía en el que murieron sesenta y dos militares españoles. El resultado fue muy bueno, 2.064.000 televidentes y un 26.7 % *share*. “Este reportaje responde a esa línea que venimos manteniendo de romper periódicamente la continuidad de la programación con algo excepcional”. El director de antena, Alberto

¹²⁵ El anuario de la televisión de GECA contabiliza los datos de audiencia no por años regulares, sino desde que empieza la campaña televisiva en el mes de septiembre hasta junio del año siguiente.

Carullo, apuntaba la posibilidad de que se abriese un espacio en el *late night* de los martes para este tipo de reportajes de investigación. “La intención es mantener un espacio abierto en la parrilla para emitir programas con características especiales” (*El Mundo*, 31-5-2005: 53).

7.3.5. Características de *Diario de...*

A medida que *Diario de...* fue desarrollándose adquirió una serie de características que lo hacían identificable. Algunas de ellas eran muy particulares y otras más genéricas. Las que más nos interesan son aquellas que permiten que lo clasifiquemos como un programa de investigación periodística.

A/ La temática era similar a la de los programas de investigación emitidos en televisión. Se abordaban temas, preferentemente de carácter social (humanos, delincuenciales, de denuncia) y que afectaban a una parte importante de la sociedad. No se solían tocar asuntos políticos o económicos más difíciles de tratar audiovisualmente por las limitaciones para ilustrarlos con imágenes. Eran reportajes, que debido a su dilatado proceso de producción tenían una difícil aproximación a la actualidad del día a día. La mayoría de los trabajos investigaban temas de relevancia social, que estaban permanentemente en los medios, aunque lo que los hacía diferentes era la forma de tratarlos.

En algunos reportajes como “Diario de... bandas callejeras”, el programa se centró en un hecho de actualidad (el asesinato de un joven) y a partir de ahí elaboró un reportaje en profundidad. En otros, como el del tabaco, se anticipó a la actualidad analizando la nueva ley que entraría en vigor en unos meses.

B/ El programa era creador de opinión sobre temas importantes para la sociedad. Si se hablaba de la energía nuclear o del consumo de tabaco, merced a la investigación y profundización en el tema, conseguía que el resto de medios se hicieran eco del reportaje. Como se demostró en los reportajes “Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco”, “Diario de... una amenaza: centrales nucleares” o “Diario de... bandas callejeras”.

C/ El programa tenía la pretensión de denunciar hechos ilegales o ilícitos. En bastantes de sus programas el planteamiento estaba encaminado a descubrir

asuntos que alguien quería ocultar. En programas como “Diario de... un gladiador”, o en el Diario de... una obsesión: la cirugía estética”, se puede apreciar esa intención por denunciar situaciones irregulares.

D/ En *Diario de...* se empleaba la cámara oculta. No como norma, pero sí como un recurso. En la mayoría de los reportajes había alguna acción rodada con micro cámaras. No sucede como en los ya mencionados reportajes de El Mundo TV, en los que casi todo el reportaje se fundamentaba en los hallazgos conseguidos con la cámara oculta. *Diario de...* basaba su trabajo de investigación en el análisis y las posibles revelaciones periodísticas que pudiera conseguir.

E/ El periodismo de infiltración se efectuaba, pero excepcionalmente. Para la infiltración hacían falta muchos meses de trabajo dedicados exclusivamente a eso y *Diario de...* no disponía ni de tanto tiempo, ni de presupuesto. En algún programa, como “Diario de... un acoso sexual”, fue necesaria la colaboración de la implicada. En este caso, una mujer utilizó la cámara oculta durante semanas para probar que su jefe la acosaba sexualmente.

F/ Como en la mayoría de los reportajes de investigación, la presencia del reportero era muy notoria. En el caso de *Diario de...* más, si cabe, por la personalidad de Mercedes Milá. Es a través de su interpretación de la información y, gracias a su intermediación, cómo el espectador se aproxima a los hechos. Ella es la intermediaria. Digamos que buena parte de la credibilidad de la investigación recae sobre la presentadora. La información es lo importante, pero ella es la que le otorga o le quita importancia. Es Mercedes Milá, la que da sentido a lo que se cuenta y la que reacciona como si fuera un espectador más ante los hechos que suceden. Es un tipo de periodismo en el que “el periodista asume la función de intérprete y guía del espectador: se encarga de contar la historia en la que se involucra personalmente” (García Avilés, 2004: 44).

G/ El programa era impactante. *Diario de...* tuvo una repercusión destacable y en algunos casos, se puede decir, que impactó a la sociedad. En su conjunto tuvo una acogida sobresaliente. De hecho la media de los diez primeros programas emitidos estuvo casi cuatro puntos por encima de la cadena durante el año 2005.

H/ Telecinco y la dirección del programa trabajaban con bastante independencia. La libertad con la que se tomaban las decisiones se demuestra en el enfoque de asuntos tan controvertidos como el del tabaco, el de las centrales nucleares o el “Diario de... conexión Habana”.

I/ Se disponía de tiempo para la investigación, menos del necesario, pero bastante más del que se concede habitualmente en televisión. Aproximadamente un mes y medio de media para cada reportaje. Como ya hemos señalado, no a todos los reportajes se les asignaba el mismo tiempo de producción. Se le concedía más a aquellos que más lo necesitaban. Por ejemplo, el reportaje dedicado a las bandas callejeras se resolvió en un mes porque estaba pegado a la actualidad. El del tabaco, en cambio, llevó seis meses de producción.

J/ Se emitían mensualmente, pero eso no siempre se cumplía. Más bien se ofrecían con la categoría de “especiales” en una sola entrega. No había una difusión seriada de los reportajes como ocurría en la prensa. Y tampoco se hacían dos partes como los reportajes de El Mundo TV. Más adelante veremos cómo algunos temas se retomaban con el fin de que hubiera un seguimiento temporal de los casos.

K/ *Diario de...* era un programa caro. Los costes variables suponían unos 15.000 euros por reportaje, a lo que había que sumar los costes fijos que rondaban los 70.000. Es decir, el precio de cada reportaje solía rondar los 90.000 euros. Lo verdaderamente oneroso era el grupo de personas que formábamos el equipo de *Diario de...* Alguno de los programas de esta primera etapa llegó a costar 100.000 euros.

L/ *Diario de...* era una excepción en el panorama audiovisual de entonces. Había un equipo de dieciséis personas, dividido en tres departamentos: producción, redacción y realización, trabajando exclusivamente para este programa y mantenido por la cadena. En aquellos años la tendencia era trabajar con productoras que realizaban los reportajes y las televisiones compraban el producto ya terminado.

M/ Los reportajes tenían una novedosa gramática audiovisual. La realización era de una importancia decisiva. Algunos rodajes solían efectuarse con varias cámaras y con el cuidado y la iluminación propia de los documentales televisivos. Esto se alternaba con grabaciones más propias de los reportajes de actualidad: con cámara al hombro, movimientos improvisados o entrevistas espontáneas.

Las imágenes se postproducían como si se tratara de un producto cinematográfico. El montaje estaba sujeto a efectos digitales, variaciones de ritmo y transiciones muy cuidadas. Eran reportajes efectistas. Era habitual encontrarnos con imágenes impactantes, declaraciones llamativas o secuencias espectaculares. Predominaba, con bastante frecuencia, el efecto de imagen o de sonido para captar la atención del espectador.

7.3.6. Segunda etapa: el éxito y la polémica (2005-2007)

Tras un año de vaivenes, pero con el formato del programa bien definido, *Diario de...* continuó su andadura empeñado en realizar reportajes en una cadena, cuyos contenidos, en su gran mayoría, apenas tenían que ver con los que ofrecía.

Si observamos la rejilla de programación de un día de la semana de Telecinco comprobaremos como, salvo los informativos diarios y *Diario de...*, la mayoría de los espacios eran de puro entretenimiento: magazines, ficción, programas de corazón o concursos.

Resumen Diario de Audiencias					TELECINCO	
MARTES 19 ABRIL 2005					ESPAÑA	
HOR	DUR	N	Programación Telecinco	ML	TI	
2:38	100	Nivel 1	MADRUGADA DE CINE / ACCION OCULTA	153	22,7	
4:17	120	Nivel 1	LA TIENDA EN CASA	45	15,2	
6:17	10	Nivel 1	NOCTURNOS	25	8,9	
6:28	7	Nivel 1	AVANCE PROGRAMACION T / PROGRAMACION MARTES	21	6,9	
6:35	151	Nivel 1	INFORMATIVO T5 MATINA	185	14,9	
9:13	89	Nivel 1	LA MIRADA CRITICA / PORTAVOCES GRUPOS PARLAMENTARIO	277	16,1	
10:43	6	Nivel 1	D.REGIONAL (PBC)	406	21,1	
10:49	219	Nivel 1	EL PROGRAMA DE ANA ROSA	1.185	27,1	
13:53	24	Nivel 2	KARLOS ARGUIÑANO EN TU COCINA	2.720	32,1	
14:28	52	Nivel 1	INFORMATIVOS T5 14:30	2.545	20,4	
15:27	64	Nivel 1	AQUI HAY TOMATE	3.119	26,4	
16:31	30	Nivel 1	LA CASA DE TU VIDA	2.234	22,3	
17:01	141	Nivel 1	A TU LADO	2.032	22,4	
17:57	67	Nivel 2	INFORMATIVOS T5 AVANC / FUMATA BLANCA	2.249	23,9	
19:23	62	Nivel 1	¡ALLA TU!	1.958	20,9	
20:27	48	Nivel 1	INFORMATIVOS T5 20:30	2.462	20,9	
21:23	36	Nivel 1	PECADO ORIGINAL	2.926	19,0	
22:00	112	Nivel 1	MOTIVOS PERSONALES	5.348	30,4	
23:57	51	Nivel 1	DIARIO DE / DIARIO DE UNA OBSESION: CIRUGIA ESTETICA	3.353	33,5	
24:58	85	Nivel 1	CRONICAS MARCIANAS	974	27,9	
26:24	6	Nivel 1	INFORMATIVO T5 NOCHE	513	32,0	

(Figura 89: rejilla de la programación de Telecinco el martes 19 de abril de 2005. Fuente: Telecinco)

El espectador lo que esperaba encontrar cuando sintonizaba esta emisora eran contenidos que le entretuvieran más que le informaran en profundidad. Decimos esto, para que veamos que *Diario de...* era una isla en un océano plagado de ficción o espectáculo.

Entre finales de 2005 y principios de 2006 nacen dos nuevas cadenas: Cuatro y La Sexta. En un principio Telecinco, Antena 3 TV y TVE no notan, apenas, los efectos de la irrupción de las dos nuevas emisoras, y *Diario de...* tampoco. En la tabla 10 observamos algunas de las emisiones del programa durante este período de análisis y comprobamos que los datos siguen siendo buenos aunque oscilantes.

Programa	Fecha	Día	Hora	Share
“Diario de... un contagio masivo”	20-9-2005	Martes	00:00	21,3%
“Diario de... las mafias de lo falso”	18-10-05	Martes	23:50	27%
“Diario de... herederos del franquismo”	15-11-05	Martes	00:30	29,2%
“Diario de... el negocio de la fe”	20-12-05	Martes	23:48	16,9%
“Diario de... mi vecino: el terrorista...”	1-2-06	Miércoles	23:53	26,3%
“Diario de... las mafias del sexo”	3-2-06	Viernes	00:49	31,3%
“Diario de... una trama golpista”	22-2-06	Miércoles	00:02	20,9%
“Diario de... Abdeneri, víctima o verdugo del 11-M”	8-3-06	Miércoles	23:56	20,8%
“Diario de... una adicción: la ludopatía”	15-3-06	Miércoles	00:05	22,2%
“Diario de... una catástrofe nuclear”	27-4-06	Jueves	00:05	19,6%
“Diario de... adolescentes en peligro”	16-5-06	Martes	00:57	24,8%
“Diario de... sobrevivir al volante”	29-6-06	Jueves	00:11	25,1%
“Diario de... una obsesión: la belleza”	19-7-06	Lunes	00:01	26,5%
“Diario de... lo qué les pone a las mujeres”	29-9-06	Viernes	00:02	17,9%
“Diario de... el precio del éxito”	31-10-06	Martes	23:54	22,5%
“Diario de... víctimas de la especulación”	5-12-06	Martes	23:44	21%

(Tabla 10: audiencias de los programas *Diario de...* coincidiendo con el nacimiento de las dos nuevas cadenas. Fuente: elaboración propia, según datos de Sofres Audiencia de Medios)

En esta etapa, que hemos llamado de éxito y polémica, observamos que la periodicidad de emisión se regulariza; casi siempre es mensual, exceptuando en febrero, cuando los programadores deciden que se emitan tres reportajes casi seguidos y, en marzo, otros dos. El horario en la parrilla tiende a ser el de la franja del *late night*, si bien, no hay una hora fija. El día de la semana sigue variando en función de las necesidades de programación de la cadena, a pesar de lo cual la

audiencia sigue respondiendo satisfactoriamente. Hay que entender que al programa, al no ser ni diario ni semanal, había que buscarle un hueco en la programación, circunstancia que no siempre era fácil. A pesar de este hándicap, *Diario de...* consiguió un gran éxito gracias a reportajes que lo hacían muy reconocible para el espectador. Una de las razones fue lograr compaginar la investigación periodística con la actualidad.

7.3.6.1. Persiguiendo la actualidad

Para un programa que afronta temas de investigación periodística o reportajes en profundidad, resulta muy complejo tratar temas de actualidad informativa. La única forma de conseguirlo es planificando con antelación, que asuntos serán noticia a meses vista. José Antonio Guardiola, el director del programa, *En Portada*, que se emite en La 2, asegura que ellos tratan la actualidad en previsión, se adelantan a la efeméride, al aniversario. Pone como ejemplo, que meses antes de que se cumpliera el cuarenta aniversario de la salida de las tropas norteamericanas de Vietnam, planificaron la realización de un reportaje sobre ese tema titulado “La guerra que sí nos contaron” (Fernández Jara, 2013: 274).

En *Diario de...* se trabajaba de un modo similar, y una muestra de ello fue la primera emisión a la que nos referiremos en esta etapa, “Diario de... un contagio masivo”. Un reportaje atípico, diferente al estilo que hasta entonces había imperado en *Diario de...*, tanto en el fondo como en la forma. Estaba centrado en un tema de actualidad y la columna vertebral del programa era una entrevista extensa al estilo clásico. La realización era más pausada, el ritmo de edición más lento y menos efectista.

Todo surgió porque el coordinador del programa había realizado, en 1998, varias piezas para Informativos Telecinco sobre el llamado caso “Maeso”: el jefe de anestesiología del Hospital de la Fe de Valencia, acusado de infectar la Hepatitis C a 275 personas. Siete años después del caso, el 12 de septiembre de 2005, Juan Maeso, tenía que enfrentarse a un juicio que le podía condenar a la cárcel para el resto de su vida.

Era un caso aparentemente sencillo, porque muchas pruebas le incriminaban, pero al mismo tiempo complicado, porque no había ninguna razón lógica para que

un reputado anestesista cometiera semejante aberración. Decidimos indagar e investigar. Para *Diario de...* lo fundamental era saber quién era Juan Maeso y qué le condujo a actuar así. Por eso, se trabajó concienzudamente para conseguir que el médico hablase para el programa. No resultó fácil, ya que en Valencia era considerado un asesino. Fue tan duro el trato que recibió de la prensa, durante la instrucción del caso, que no quería saber nada de ningún periodista. Para el programa podía ser contraproducente entrevistarle. El doctor Maeso tenía todas las papeletas para salir culpable y a *Diario de...* le acusarían de dar voz a un presunto asesino, pero se pensó que tenía derecho a dar su versión de lo ocurrido y más aún, sin haber sido juzgado.

El director y el coordinador del programa se desplazaron a Valencia para hablar con el abogado del médico (Francisco Davó) y explicarle cuál era la voluntad de *Diario de...* Finalmente, y tras varias semanas de espera, Maeso accedió a conceder la entrevista. Se realizó días antes de iniciarse el juicio, y Mercedes Milá completó uno de sus mejores trabajos para el programa. No se trataba sólo de si Juan Maeso era culpable o no. Era muy interesante conocer la personalidad de un hombre, cuya vocación era salvar vidas, y que, de repente, se había convertido en un psicópata capaz de matar a sus pacientes. ¿Qué motivación tenía? Y sí los contagió, ¿cómo lo hizo?

“Diario de... un contagio masivo”, trataba el tema en toda su complejidad entrevistando a pacientes infectados, familiares de fallecidos por el contagio, anestesistas, genetistas, abogados, políticos. Una visión lo más polifónica posible que ofrecía todos los ángulos del caso. Sin duda, un reportaje de investigación que ofrecía un análisis exhaustivo del caso.

La intención del programa era hacer coincidir la emisión del reportaje con la fecha de inicio del juicio en Valencia. Sin embargo, aquí surgió, de nuevo, la falta de sintonía con la cadena. Mientras *Diario de...* conseguía un documento exclusivo y de un valor periodístico incuestionable, Telecinco no le otorgó tanta importancia y retrasó su emisión hasta una semana después del comienzo del juicio. El proceso comenzó el 12 de septiembre de 2005 y el programa se emitió el día 20. Se perdió, por tanto, la posibilidad de aprovechar el notable flujo informativo que hubo esas fechas, y cada día que pasaba, el producto se quedaba más desfasado. Además, en lugar de colocar el programa en un horario de máximo consumo, los programadores lo relegaron casi a la madrugada, pasadas las doce de la noche. Estos

condicionantes fueron decisivos para que la audiencia no respondiera como cabía esperar: un 21.3% de *share* y 1.465.000 espectadores. Aún así, *Diario de...* sólo estuvo una décima por debajo de la media de la cadena y fue líder de su franja horaria igualado con *El programa de Buenafuente*, en Antena 3 TV.



(Figura 90: entrevista a Maeso en “Diario de... un contagio masivo” Fuente: Telecinco)



(Figura 91: la cita fue en un hotel de Valencia dos días antes del juicio. Fuente: Telecinco)

Si bien no tuvo tanto éxito de audiencia, el reportaje desató una fuerte polémica. Se manifestaron los que no entendían que se le hiciera una entrevista a un “verdugo” y los que difundieron el rumor de que se había pagado a Maeso por conceder la exclusiva: “21 abogados piden que el anestesista Maeso deposite en el juzgado el dinero cobrado en *Diario de...*” (www.vertele.com, 18-10-2005). También hubo quienes criticaron la oportunidad del reportaje, por hacerlo coincidir con el juicio. La dirección del programa no era partidaria de entrevistar a pedófilos, asesinos o terroristas, pero cada caso es diferente, y en el de Maeso, se daban las circunstancias que hacían periodísticamente muy oportuno hablar con él. De hecho, todavía hoy es una incógnita porqué lo hizo. *A priori*, no se trataba de un desaprensivo, sino de un profesional contrastado de casi sesenta años de edad. ¿Por qué entonces, se pinchaba un opiáceo y con la misma jeringuilla inyectaba el anestésico a sus pacientes infectándoles el virus del que era portador? Aunque fuera un adicto, tampoco estaba justificada esa maldad. En cuanto a lo del dinero, nadie pudo demostrar que se le pagara a Juan Maeso. A parte del testimonio de las personas que trabajamos en ese programa, la prueba más evidente de que no se le pagó, es que Telecinco no apostó por este reportaje. Y por último, en referencia a la idoneidad de la entrevista, parece obvio que informativamente era el momento propicio.

Ferrán Monegal, crítico de televisión en *El Periódico de Cataluña*, ponía en cuestión la eticidad del espacio. “Tratándose de una persona cuyo juicio está en curso en la Audiencia de Valencia, cabe preguntarse si es ético que un programa de tele ofrezca al encausado la posibilidad de influir –más de una hora en pantalla– en la opinión pública” (Monegal, 22-9-2005: 96).

El reportaje consiguió ofrecer una visión muy completa del caso. No se limitó a conseguir la entrevista al doctor Maeso, sino que analizó desde todos los puntos de vista los pormenores del asunto. Desveló datos muy esclarecedores y ofreció alguna información que ponía en entredicho la labor de la Consejería de Sanidad de la Comunidad Valenciana. Desde el primer momento, los políticos acusaron a Juan Maeso de todo y no asumieron ninguna responsabilidad por el contagio masivo ocurrido en el principal hospital de la ciudad. Hay que resaltar que en este reportaje tampoco se empleó en ningún momento la cámara oculta ni ninguna otra técnica detectivesca.

El siguiente reportaje que analizaremos se tituló “Diario de... los herederos del franquismo”. Se quiso, de nuevo, que el reportaje se ciñera a una efeméride para dotarlo de actualidad. Se planificó con mucha antelación, cinco meses. El 20 de noviembre de 2005 se cumplían treinta años de la muerte de Franco y se quería comprobar si su legado todavía perduraba; si había una cantera de franquistas en España. El programa pretendía reflejar cómo los nostálgicos del régimen del caudillo, organizados en grupúsculos de jóvenes violentos liderados por adultos retrógrados, intentaban reavivar una figura que agonizaba.

Mercedes Milá entrevistó a uno de los líderes, Ricardo Sáenz de Ynestrillas, hijo del militar asesinado por ETA, y a José Luis Corral, presidente de Acción Juvenil Española (AJE), que tenía entre sus filas a menores de edad a los que adoctrinaba e inculcaba el odio al diferente.

Diario de... mostraba documentos visuales, hasta entonces inéditos, que desvelaban el pasado fascista de algún personaje famoso como Charo Reina o Carmina Ordóñez. Se habló con el escritor y periodista Eduardo Haro Tecglen, reconocido antifranquista, que durante la dictadura había empleado su pluma para ensalzar al Régimen. También se utilizó un fondo de imágenes de la época que dotaba al reportaje de un punto de vista histórico. La cámara oculta se usó como recurso en un par de situaciones muy puntuales para registrar de qué manera actuaban los grupos radicales en las manifestaciones.



(Figura 92: entrada de Mercedes Milá en el Valle de los Caídos (El Escorial) para el programa “Diario de... herederos del franquismo”. Fuente: Telecinco)

Como en el caso “Maeso”, se quiso que coincidiera la emisión con el 20 de noviembre, día del fallecimiento de Franco, para darle actualidad al reportaje. En esta ocasión, la cadena apostó por ello y el resultado fue mejor de lo esperado: líderes destacados en su franja horaria con una media de 1.873.000 espectadores y una cuota de pantalla del 29,2%.

Otro de los programas que suscitó mucha expectación fue “Diario de... mi vecino: el terrorista que asesinó a mi marido”. Es otro de los ejemplos de aproximación a la actualidad que tuvo esta etapa. Hay que aclarar que este reportaje fue un encargo de la cadena. El periodista Javier Ángel Preciado¹²⁶ había grabado, por su cuenta, una entrevista con cámara oculta a un terrorista, Kándido Azpiazu¹²⁷, que acababa de salir de la cárcel. El motivo de la entrevista era que había abierto una cristalería justo debajo de la casa de la mujer a la que había dejado viuda. Es decir, esta víctima de ETA, Pilar Elías, tenía de vecino al terrorista que mató a su marido.

Los directivos de Telecinco entendieron que estaba justificado el uso de la cámara oculta, argumentando que en dicha entrevista el etarra no mostraba ningún signo de arrepentimiento, como se aprecia en las siguientes figuras.

¹²⁶ En aquel entonces era *free lance*, pero años más tarde pasó a formar parte de la estructura de Telecinco. Desde el año 2010 es productor ejecutivo de la cadena.

¹²⁷ Kándido Azpiazu formaba parte del comando etarra que asesinó a Ramón Baglietto en el año 1980. Junto a Iñaki Aguirrezabalaga fue el autor material de los disparos a Baglietto. Fue condenado a cuarenta y nueve años de cárcel, pero salió a los diez en libertad condicional.



(Figura 93: entrevista con cámara oculta a Kándido Azpiazu. Fuente: Telecinco)



(Figura 94: momento en el que afirma que no se arrepiente de nada. Fuente: Telecinco)

La columna vertebral del reportaje era esa entrevista con cámara oculta, pero *Diario de...* se encargó de completar la historia con más elementos que mostraban una dura realidad: la mayoría de los habitantes del pueblo de Azkoitia (Guipúzcoa) respaldaban al terrorista y marginaban a la víctima. El enfoque del reportaje quería plantear una hipótesis: la complicada convivencia que se podía suscitar en Euskadi cuando fueran saliendo de prisión los presos de ETA.

El trabajo emitido el 1 de febrero de 2006 fue muy elogiado por los críticos. En el *Diario Sur* de Málaga se señalaba que “había sido por sentido de la actualidad, por juicio crítico y por la importancia objetiva del caso, el mejor de los programas de *Diario de...*” (Esparza, 3-2-2006: 101).

Al mismo tiempo, otros periodistas cuestionaron el uso de la cámara oculta en esa situación. Carlos Boyero opinaba en el diario *El Mundo* sobre la “más que dudosa legitimidad de la utilización de la cámara oculta en un lugar privado” y hacía hincapié en que esa “cámara clandestina justificaría su ética en función de algo tan dudoso como que el fin justifica los medios” (Boyero, 3-2-2006: 69).

En el seno de la redacción de *Diario de...* también hubo un debate sobre el empleo de esa cámara oculta. Algunos consideramos que nunca debió utilizarse ese recurso para ese tipo de trabajo. El etarra había cumplido su pena, estaba en su lugar de trabajo, y no estaba cometiendo ningún delito. Además, se decidió no tapar su rostro, ni distorsionar su voz con lo que se estaba atentando contra su honor y su intimidad.

El reportaje consiguió unos datos de audiencia muy notables: un 26,3% de cuota de pantalla y 2.703.000 espectadores. Se emitió el 1 de febrero de 2006 a las 23:53 h.

A partir de este momento, Telecinco comenzó a poner en marcha una de sus estrategias de programación: la reposición de reportajes que hubieran tenido cierto seguimiento. Así, el 10 de enero de 2006, a las 23:45 h, volvió a ofrecer a sus espectadores el reportaje “Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco”. La razón fundamental, en este caso, es que la nueva ley antitabaco llevaba diez días en vigor, y el reportaje tenía actualidad. Los resultados, expuestos en la tabla 11, debieron convencer a los programadores porque las reposiciones se convirtieron en un recurso bastante utilizado.

Reposiciones de programas	Fecha	Share
“Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco”	10-1-2006	14,4%
“Diario de... centauros: acción policial”	24-2-2006	19,2%
“Diario de... una obsesión: la cirugía estética”	10-03-2006	18,1%
“Diario de... un ángel de la guarda”	17-3-2006	14%
“Diario de... bandas callejeras”	24-03-2006	20,1%
“Diario de... el año que trafiqué con mujeres”	7-4-2006	13,9%

(Tabla 11: primeas reposiciones del programa *Diario de...* Fuente: elaboración propia, según datos de Sofres Audiencia de Medios)

Al tener una presencia más o menos continua en emisión, el programa comenzó a tener un público fiel. Por entonces, ya se había tomado la decisión de ofrecer al espectador la posibilidad de enviar sus denuncias, a través de la dirección de correo electrónico diariode@telecinco.es, bajo el lema “denuncia tu causa”. El objetivo era triple:

1/ Dar al telespectador la posibilidad de interactuar con el programa. La gran mayoría de los correos se contestaban y el televidente veía que sus problemas eran escuchados.

2/ Conocer de primera mano qué asuntos le preocupaban a la gente que veía *Diario de...* De esta manera, el programa conocía los gustos del público y los temas que le afectaban.

3/ Conseguir, a través de las denuncias, temas que se pudieran abordar en algún reportaje. En muchas ocasiones, los correos de los espectadores sirvieron de base para una investigación periodística.

A lo largo de cada reportaje, y en diferentes momentos, se incrustaba la dirección de correo electrónico y Mercedes Milá hacía alusión siempre que podía, como se puede observar en la figura 95.



(Figura 95: entrada de Mercedes Milá con el correo electrónico incrustado. Fuente: Telecinco)

De hecho, la interacción con el televidente provocó, según Mercedes Milá, que el programa fuera evolucionando hacia donde los ciudadanos demandaban:

Diario de... sin la gente no hubiera existido. Ahí sí que puedo ver una evolución del programa muy interesante, desde lo que era al principio nuestra decisión como periodistas a lo que al final la gente quería que fuéramos. Nosotros nunca dejamos de escuchar a esas personas y eso fue transformando el estilo del programa (2015).

El solicitar la colaboración con el telespectador es una tendencia que comienza a funcionar de manera continuada en la televisión española con el programa de denuncia periodística *Línea 900*, del que ya hemos hablado en esta tesis. En aquel caso era la línea telefónica la que servía de nexo de unión entre el público y los periodistas. Posteriormente, se ha ido convirtiendo en una costumbre que han aprovechado muchos programas y que hoy en día llega al paroxismo a través de las redes sociales.

Gracias a las denuncias recibidas en la redacción se pudo conocer el funcionamiento de una iglesia llamada "Pare de sufrir". Familiares de miembros de esta organización denunciaban que funcionaban como una secta y que sus hijos habían sido captados por los líderes y apartados de ellos. En este caso, la dirección del programa vio necesaria la infiltración de dos reporteros en esta iglesia para conocer desde dentro cuál era su forma de actuar. Portando dos cámaras ocultas

acudieron varias semanas al templo para grabar el funcionamiento de “Pare de sufrir”. Se hicieron pasar por dos jóvenes sin espíritu y sin mucho futuro. Consiguieron mostrar que los jefes de este negocio de la fe recaudaban miles de euros de sus fieles, que les apartaban de sus familias y que prometían todo tipo de sanaciones a personas con enfermedades terminales. Los reporteros grabaron los exorcismos colectivos que se hacían en la iglesia para sacar los malos espíritus a los “endemoniados”.

Durante el resto del año 2006 *Diario de...* continuó haciéndose identificable para un espectador que demandaba reportajes que trataran temas de denuncia social como la anorexia, los peligros al volante, la burbuja del ladrillo, el precio del éxito para los famosos, las mafias del sexo, los adolescentes peligrosos, entre otros. Como vemos, los temas buscaban interesar al ciudadano y también despertar sensaciones en el público por su emotividad o impacto. No apreciamos programas que ahonden en asuntos políticos o económicos puramente dichos. Si hay dos reportajes, “Diario de... una trama golpista” –que estudiaba el intento de golpe de estado frustrado en España en 1985– y “Diario de... Abdnneri: ¿víctima o verdugo del 11-M” –que trataba el caso de un presunto culpable de los atentados yihadistas en Madrid– que tocaron tangencialmente aspectos que tienen relación con la política.

7.3.6.2. El caso de “La guardería”

“Diario de... maltrato en la guardería” surgió, como tantos otros reportajes, de la denuncia de una espectadora que pedía que se investigara el funcionamiento de una guardería que, según ella, cometía auténticas barbaridades con los bebés. La denunciante decía que una amiga había realizado prácticas en ese centro educativo y aseguraba que era un tema preocupante.

Obviamente, el programa comprobaba cualquier correo que llegaba a la redacción y contrastaba cada denuncia que recibía. La reportera encargada del tema, Cristina Forneiro, habló con la mujer por teléfono y le dio una serie de datos que hacían verosímil su relato. Tras comprobar la legalidad del centro, si estaba dado de alta y si el personal estaba cualificado, intentamos conseguir información por todos los medios, pero nadie nos aportaba pruebas verificables del posible maltrato.

Después de debatir en la redacción cómo afrontar este reportaje se decidió que la única forma de comprobar si en la guardería, “El borreguito azul”, los niños eran maltratados, era infiltrar a una reportera que se hiciera pasar por cuidadora. Se consensuó, que dependiendo de la primera entrevista, se decidiría la conveniencia de continuar con la investigación. La reportera se desplazó al centro infantil y fue recibida por la dueña. Nada más comenzar, le dijo que podía ir a trabajar, eso sí, sin cobrar, para echar una mano en las comidas. No le pidió ni siquiera referencias, ni comprobó si estaba titulada, ni verificó su identidad. Lo único que parecía importarle era que iba a tener mano de obra gratis. Además, en esa primera charla le explicó, muy claramente, que a los niños que vomitaban la comida se les hacía tragar a la fuerza lo que devolvían; que era una práctica que les había recomendado un pediatra. Tras visionar esa entrevista decidimos seguir adelante con la infiltración.

Durante dos semanas, la reportera estuvo yendo a la guardería a la hora de la comida y de la siesta, cuando más trabajo había. Se le confeccionó una sudadera a medida para que pudiera ocultar la cámara y así poder grabar lo que ocurría a esas horas. Hay que señalar, que la autonomía de estos aparatos era de una hora y media y que con frecuencia fallaba el audio o el vídeo. Aún así, cada día, la dirección del programa, revisaba el contenido de las cintas y veía el comportamiento de la dueña y de su hija durante la hora de la comida. En ese momento del día, los gritos, zarandeos, manotazos e insultos a los bebés eran una constante y se

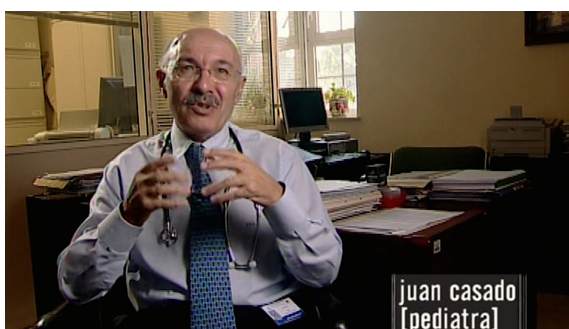
repetían cada jornada. Los niños sabían que el tiempo de la comida no era para disfrutar, sino para sufrir. Para colmo, la norma de hacer tragar al vómito a los pequeños se cumplía a rajatabla, provocando la llantina del niño.

El siguiente paso del programa fue ir, con las imágenes grabadas, al jefe de pediatría de la UCI del Hospital del Niño Jesús, uno de los mejores hospitales infantiles de Madrid. El doctor Juan Casado se mostró muy alarmado, tras visionar cómo los niños eran obligados a comer violentamente: “eso es una agresión, un maltrato, un maltrato psicológico. A un niño cuando se le obliga a comer, aprende otra estrategia, que es a vomitar”.

Algunas de sus opiniones fueron todavía más contundentes: “eso es una salvajada, eso no se le puede hacer ni a un niño ni a nadie porque eso es una agresión contra la persona” (“Diario de... maltrato en la guardería”, Telecinco, 27-2-2007).

A continuación, recurrimos a la opinión de la psicóloga Laura de Agustí. Se mostró igual de contundente: “Un niño porque sea pequeño, no tiene que soportar las vejaciones de un adulto que no sabe como educarle. A un niño se le enseña a comer de una manera completamente distinta. Pero ni gritarles, ni forzarles, ni taparles la nariz, ni insultarles, ni nada por el estilo” (“Diario de... maltrato en la guardería”, Telecinco, 27-2-2007).

Tras escuchar la opinión de los expertos el programa corroboraba lo que se temía; la penosa educación que se impartía en “el borreguito azul”.



(Figura 96: entrevista realizada al pediatra Juan Casado. Fuente: Telecinco)



(Figura 97: entrevista realizada a la psicóloga Laura de Agustí. Fuente: Telecinco)

Con todas estas evidencias *Diario de...* acudió, en diciembre de 2006, al Defensor del Menor, Eduardo Canalda y al Consejero de Educación de la Comunidad de Madrid, Luis Peral, con la convicción de que tomarían medidas

contra este centro. Sin embargo, ambos se mostraron preocupados por lo que vieron, pero no fueron tan contundentes como los especialistas a la hora de juzgar las actuaciones de las cuidadoras. El consejero afirmó que mandaría una inspección inmediatamente y así parece que lo hizo. Según el comunicado hecho llegar a Telecinco, la enviaron el 14 de diciembre de 2006 y el informe del inspector afirmaba que “no se habían observado irregularidades en la atención y cuidado de los escolares”¹²⁸.

Posteriormente, los inspectores que acudieron a la guardería se quejaron de que se les informó con mucho retraso y tampoco les indicaron que existían esas imágenes de los malos tratos: “La Inspección planta cara al consejero” (*El Mundo*, 7-3-2007: 2). “Los inspectores dicen que se les alertó tarde del maltrato en la guardería” (*El País*, 7-3-2007: 28).

Una vez que el programa había informado a las autoridades de lo que allí pasaba, se puso a trabajar en la elaboración del reportaje. Además de el caso de “el borreguito azul”, se trataría el funcionamiento de las escuelas infantiles de manera más global, algo que era habitual en *Diario de...*: las guarderías ilegales en casas particulares, las ludotecas, las guarderías en empresas, etcétera. Es decir, hacer una radiografía general de un tema que afecta a millones de personas. El programa estuvo finalizado, teniendo en cuenta que estaban las Navidades de por medio, a mediados del mes de enero. A partir de entonces era postetad de Telecinco que lo emitieran antes o después. Nos centramos en las fechas, porque en este caso, cada día que pasaba sin que saliesen a la luz esas imágenes era un día más de sufrimiento para esos niños.

Los programadores decidieron emitirlo el 27 de febrero de 2007, un mes y medio más tarde. Otra vez más, no supieron o no quisieron valorar el documento que tenían en sus manos y postergaron su emisión a las 00:29 h de la noche. A pesar de eso, el programa obtuvo un 22.4% y 1.562.000 espectadores, encabezando su franja horaria. Estuvo por encima de la media de la cadena, líder ese día, con un 21,7% de cuota de pantalla.

Los días siguientes a la emisión estuvieron marcados por la polémica. Mucha gente habló del programa sin haberlo visto, y los que lo vieron, no entendían cómo

¹²⁸ Comunicado de la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid enviado a Telecinco. Se adjunta en el anexo 13.2.4.

los responsables políticos no habían cerrado la guardería cuando el programa les enseñó las imágenes.

El periodista Ferrán Monegal fue uno de los extrañados: “Mercedes Milá demuestra en su trabajo que, inmediatamente después de la grabación se personó ante el Consejero y el Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid y les obligó a visionar lo grabado. Las imágenes de cada uno de ellos ante el monitor son inequívocas” (Monegal, 6-3-2007: 79).

Las figuras 98 y 99 muestran el momento en que Luis Peral y Arturo Canalda ven las imágenes grabadas en la guardería.



(Figura 98: Consejero de Educación Luis Peral viendo las imágenes. Fuente: Telecinco)



(Figura 99: Defensor del menor Arturo Canalda viendo las imágenes. Fuente: Telecinco)

El tema se politizó y el programa estuvo en medio de las disputas entre miembros del PP y del PSOE de Madrid. La Consejería de Educación se defendió de su falta de diligencia acusando a *Diario de...* de negarse a entregarle las imágenes de la cámara oculta. La respuesta oficial de Telecinco fue que “nunca tuvo constancia ni por escrito, ni por ningún otro medio de la solicitud de una copia del programa por parte de la Consejería”¹²⁹.

Hemos de confirmar que esas cintas no salieron de la redacción del programa, pero porque nadie las pidió oficialmente, que es como se solicitan unas imágenes propiedad de una empresa. Sin embargo, sí que se le enseñaron a Luis Peral, Consejero de educación de la Comunidad de Madrid, como se puede ver en el reportaje. Su tibieza y su falta de contundencia ante los hechos que se le mostraron fue lo que luego le llevó a recibir numerosas críticas. Rafael Simancas (Portavoz del

¹²⁹ En el anexo 13.2.5. se puede consultar el comunicado publicado por Telecinco el 2 de marzo de 2007.

PSOE en la Asamblea) calificó de “llamativo” y “escandaloso” que Educación y el Defensor conocieran las imágenes antes de su emisión “y no hicieran nada”. Jorge García (Izquierda Unida) lo consideró “un escándalo en toda regla” (*El País*, 2-3-2007: 43).

También el Defensor del Menor, Arturo Canalda, recibió las quejas de los padres y se defendió diciendo que le habían enseñado “parte de las imágenes, que no estaban montadas, en un monitor muy pequeñito” (*ABC*, 2-3-2007: 56). Ante la presión de los progenitores y de la opinión pública, a los pocos días, se clausuró la guardería “Educación cierra la guardería” (*El Mundo*, 2-3-2007: 3).

El programa fue criticado por algún padre que lamentó la tardanza en emitir las imágenes y permitir, de ese modo, que los niños siguieran sufriendo el maltrato en la guardería. *Diario de...* cumplió informando a las autoridades cuando tuvo conocimiento de los hechos. La emisión, que se dilató algo más de lo debido, ya no dependía del programa, sino de la cadena.

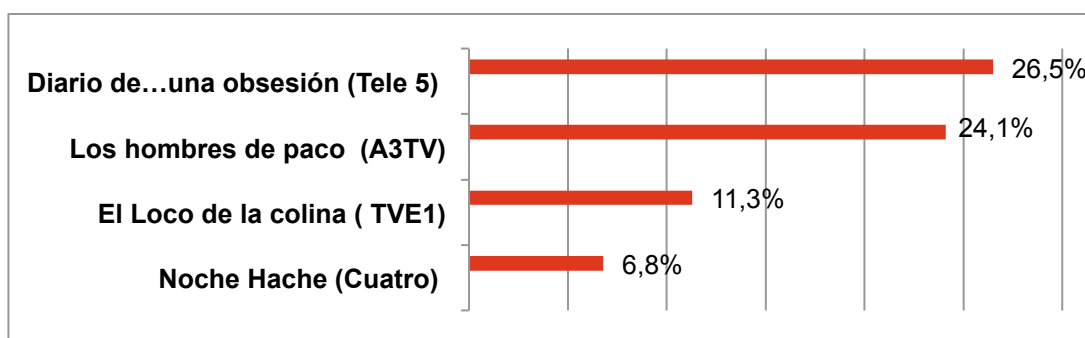
Por cierto, que visto el revuelo que se originó, los programadores decidieron volver a emitir el reportaje a los cuatro días del estreno. Ahora, sí parecía interesarles el tema. Un juez, a petición de los padres, decidió suspender la emisión, al considerar que el derecho a la libertad de expresión ya se había ejercido con la primera entrega y que en esta segunda se vulneraría el derecho a la intimidad de los menores, sin ninguna necesidad. “Un juez prohíbe la repetición de *Diario de...* maltrato en la guardería” (*ABC*, 6-3-2007: 97).

7.3.6.3. Éxito, pero sin premio

Durante los tres primeros años de vida, *Diario de...* tuvo un éxito de audiencia indudable y, sus reportajes, una repercusión muy notable en los medios.

1/ Fue líder de su franja de emisión en multitud de ocasiones por delante de series, magazines o programas de entrevistas. El número de espectadores no garantiza el prestigio, ni otorga el reconocimiento de los compañeros de profesión, pero sí demuestra que lo que se hace tiene el respaldo de la gente. Cuando hablamos de un programa informativo, no diario, es mucho decir.

El gráfico 3 muestra cómo el programa de reportajes *Diario de...*, dedicado en esta ocasión a los trastornos alimenticios como la anorexia, se impuso a la serie de Antena 3 TV, *Los hombres de Paco*, al espacio de entrevistas de Jesús Quintero, en TVE 1, y al magazine de humor de Eva Hache, programado en Cuatro.



(Gráfico 3: audiencias obtenidas por diferentes programas en la franja de coincidencia con *Diario de...* el día 19-7-2006. Fuente: elaboración propia, según Sofres Audiencia de Medios)

“Diario de... una obsesión: la belleza” fue un reportaje que investigaba si la sanidad pública española estaba capacitada para atender a las enfermas de anorexia; una patología cuya incidencia entre las adolescentes aumentaba muy rápidamente. El programa mostraba a varias jóvenes anoréxicas a quienes se internaba en la planta de psiquiatría de un hospital junto a enfermos mentales. Una de las adolescentes grababa con una cámara oculta cómo el tratamiento que recibían era muy deficiente. Carecían de los mínimos cuidados y la atención necesaria. Los especialistas en la materia recomendaban centros especializados para las anoréxicas y desaconsejaban mezclarlas con otro tipo de enfermos.

Mercedes Milá visitaba el único hospital que había en España para enfermas con trastornos de la alimentación situado en Ciudad Real.

Este reportaje informativo que buscaba alertar a la sociedad de un problema en auge, la obsesión por adelgazar, consiguió 1.975.000 espectadores de media y fue líder en su franja horaria.

2/ Sus investigaciones solían tener consecuencias. Ya hemos visto lo que pasó en el caso del acoso sexual, en las esclavas del vudú, la lucha extrema, en el de la cirugía estética, o las guarderías. No hemos mencionado que en “Diario de... las mafias del sexo”, gracias a las revelaciones del programa, la policía nacional cerró dos locales de alterne de Ciudad Rodrigo (Salamanca), donde se traficaba con mujeres. Varios policías fueron denunciados por connivencia con los proxenetas. En este caso, además, el programa contribuyó a rescatar a una mujer brasileña del control de la *madame* que la tenía secuestrada en su prostíbulo. Esta fue otra de las ocasiones en las que *Diario de...* trabajó codo con codo con las FCSE. Pusimos en su conocimiento toda la información que teníamos y tras su investigación, nos permitieron grabar la redada que llevaron a cabo en los locales.

Hay que dejar claro que el periodista no es ni policía, ni juez y por tanto, su tarea nunca debe tener como objetivo ni juzgar ni encarcelar a nadie. El periodista de investigación tiene como función indagar sobre aquellos asuntos que pueden ser ilegales y exponerlos para que la sociedad los conozca. Nunca debe inmiscuirse en las tareas judiciales o policiales y asumir un papel que no le corresponde. Lo que *Diario de...* buscaba era estudiar la posibilidad de que el periodista pudiera, en el ejercicio de su profesión, colaborar activamente con las FCSE para la resolución de los casos.

A partir de estos momentos la colaboración con las FCSE se fue perfeccionando con el paso de los reportajes. Existían varios motivos para desarrollar esta sinergia, pero el principal era la necesidad de encontrar una resolución a las denuncias que exponía el programa. La frustración e impotencia de observar que, a veces, lo que se descubría no tenía consecuencias y que los denunciantes quedaban indefensos, impulsó esta relación que cada vez se hizo más frecuente.

3/ No dejaba indiferente a los críticos de televisión. Cualquier programa de televisión está expuesto a las críticas, pero normalmente aquellos que tienen cierto éxito, son objeto de la atención de los especialistas o críticos televisivos. Los espacios que sobresalen, sorprendentes, que aportan algo nuevo son

inmediatamente juzgados por estos permanentes observadores de lo mediático. Sin embargo, los programas minoritarios, que no concitan la atención de los espectadores, pocas veces merecen su atención. *Diario de...* debió ser de los primeros, porque los críticos detuvieron su mirada, con bastante insistencia, en el programa para analizarlo y valorarlo.

Creemos conveniente estudiar las críticas recibidas porque al leerlas hemos encontrado una muestra lo suficientemente diversa como para reafirmar la idea de que *Diario de...* suscitaba la atención de la gente. Esto sucede, en parte, por el carácter de su presentadora. Es curioso observar, como suele coincidir que, cuando la valoración se hacía sobre el programa, la crítica era positiva, pero cuando se centraba en Mercedes Milá, se invertía la tendencia.

Muchas de las críticas negativas eran contra la presentadora, que presentaba otro programa muy denostado por los especialistas en televisión, *Gran Hermano*. Más que opiniones, eran diatribas contra Mercedes Milá a la que restaban credibilidad por conducir el *reality show*. Veamos, por ejemplo, lo que decía el crítico televisivo de *El Mundo* después de la emisión del reportaje sobre las centrales nucleares:

Mercedes Milá, que pensaba que se dedicaba a la basura de *Gran Hermano* a tiempo total presentó ayer un programa en Telecinco (cadena con grandes periodistas) sobre las centrales nucleares españolas. La credibilidad es un valor fundamental para los presentadores. Resulta lento y laborioso llegar a ser creíble, y sin embargo, es muy fácil dejar de serlo. Seguramente por eso chirría el intento de la Gran Hermana Milá por reencontrarse con el periodismo (Pérez de Albéniz, 1-12-2004).

O lo que se afirmaba en el periódico *Las Provincias* en relación al trabajo de la presentadora en el programa “Diario de... un gladiador”: “La señora o señorita Milá/Rottermeyer agarró su cámara como una metralleta para avasallar al personal desde su tono de marisabidilla resabiada” (Palomar, 6-2-2005: 70).

También y a colación de este mismo reportaje Marcos Morales señalaba en el diario *La Razón*: “Mercedes Milá se ha empeñado en escarbar en las cloacas de nuestras ciudades para colgarse del pecho otra medalla, la de periodista aguerrida y concienciada” (Morales, 2-2-2005: 84).

Pero no todos los comentarios eran negativos hacia la presentadora. Podemos resaltar algún que otro elogioso. *El Periódico de Cataluña* calificaba así el

trabajo de la presentadora: “Un trabajo excelente de Merceditas, con su valiente reportaje-denuncia sobre la infame velada sucedida en Mislata (Valencia)” (Monegal, 4-2-2005: 92).

Y también esta otra crítica publicada en el periódico *La Razón* en referencia al programa “Diario de... un traficante de drogas”: “Cuando a Mercedes Milá le sale el instinto periodístico no hay quién la pare. Acorta la distancia entre el espectador y la pequeña pantalla” (García, 14-7-2005: 84).

Había algunos, como José Javier Esparza, que diferenciaban claramente entre sus preferencias personales y el producto televisivo:

A mí, personalmente, como espectador, me carga un poco el estilo de Mercedes Milá, sus imperativas puestas en escena, su ‘hiperprotagonismo’ y el enfoque que elige para tratar los temas. Pero esto es una opinión personal que no menoscaba el valor objetivo de su trabajo, su calidad informativa y su realización televisiva, que me parecen realmente muy notables. Así pues, es justo decir que *Diario de...* se ha convertido en uno de los mejores productos de la parrilla (Esparza, 6-7-2007: 83).

La visión de los críticos era más unánime cuando el objetivo de sus miradas se focalizaba en el conjunto del programa. Se aprecia en sus opiniones una constante y creciente aceptación del formato. Hay que hacer la salvedad del “Diario de... un gladiador”, que generó bastantes críticas por su realización. Miguel Anxo Fernández hacía mención a este aspecto del reportaje en *La Voz de Galicia*: “La información llegó al espectador distorsionada, desdibujada en un estilo de televisión delirante” (Fernández, 2-2-2005: 61).

Sin duda el reportaje más aplaudido fue el “Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco”, que tuvo en Víctor Amela, su más ferviente defensor, cuando alababa, en las páginas de *La Vanguardia*, la valentía de Telecinco al emitir este reportaje. “Vistas las complicidades estatales que este reportaje desvelaba, me hago una pregunta: ¿hubiese emitido TVE este trabajo de investigación y denuncia?” (Amela, 6-5-2005: 8).

Dos días antes, Mercedes Milá era entrevistada en el programa *La Ventana* de la Cadena *SER*. Durante la conversación, Amela elogió el trabajo de *Diario de...* “Eso para mí es periodismo de investigación y desde aquí te doy las gracias a ti,

Mercedes Milá y pido a Telecinco que vuelvan a emitir ese reportaje una vez al mes” (Amela, 4-5-2005)¹³⁰.

Por su parte, el crítico de televisión de *La Razón*, De la Mirándola, ensalzaba el formato y el acierto de la cadena por su franja de emisión. “Una forma periodística importante por dos razones: primera por los temas que cuenta, siempre pegados a la realidad; y, segunda, por su horario” (De la Mirándola, 5-5-2005: 84).

Otro de los espacios mejor valorados por la crítica fue “Diario de... un traficante de drogas”. Cecilia García, periodista de *La Razón*, consideraba que siendo “hábil en dramatizar la información sin adulterarla, *Diario de...* cumple de sobra con su función: hacer de la divulgación un material televisivo de primer orden” (García, 14-7-2005: 84).

Sergi Pámies, escribía en *El País*, en términos un poco más ambivalentes acerca de este mismo reportaje:

El trabajo de Mercedes Milá produce sensaciones contradictorias. Por un lado, valoras la denuncia, los datos, el sentido del riesgo, la falta de protocolo, la diversidad de puntos de vista (traficante, consumidor, padres, ex consumidor, policía, médico). Por otro lado sufres con los sermones, el sensacionalismo, el efectismo, y alguna reconstrucción casi cruel (Pámies, 17-7-2005: 60).

El diario *ABC* calificaba muy positivamente el programa “Diario de... mi vecino: el terrorista que asesino a mi marido” y lo definió como “Un episodio histórico transformado en estremecedor documento informativo, una de esas contadas obras que merece la pena rebobinar para que la televisión proyecte sus virtudes fuera de la pantalla, que falta le hace” (Lillo, 4-2-2006: 112).

El valor de algunas de las investigaciones de *Diario de...*, los buenos resultados de audiencia, de la mayoría de sus programas, y la atención que despertaba entre los críticos de televisión, no fueron suficientes motivos para que obtuviera premios que lo prestigiaran. Pudo haber, sin embargo, algunas razones que pesaran en contra de *Diario de...* a la hora de valorar su trabajo y otorgarle esos premios:

¹³⁰ Parte de la entrevista a Mercedes Milá emitida el 4-5-2005 en el programa de radio *La Ventana*, se adjunta en el anexo 13.2.6.

1/ La cadena en la que se emitía. Telecinco no era precisamente el lugar idóneo para emitir reportajes comprometidos. La emisora tenía como seña de identidad la ficción y el entretenimiento lo que le permitía ganar premios en estos géneros. Muy pocas veces consiguió reconocimientos a su labor informativa. En los últimos quince años Telecinco ha recibido sólo un premio Ondas en categorías de programas informativos. Fue por su cobertura del naufragio del *Prestige* en el año 2003.

2/ La presentadora de *Gran Hermano*. Que Mercedes Milá compaginase ambos proyectos era muy perjudicial para la imagen del programa como reconoce la propia Mercedes Milá. “Eso, la culpa es mía. Olvidaros. Desde que empecé *Gran Hermano* el desprestigio de mi persona es tan grande, que ni a *Gran Hermano* ni a *Diario de...* le han dado ningún premio significativo” (2015).

Las críticas que recibía cuando hacía el *reality show* tenían su continuidad en *Diario de...* Carlos Boyero hablaba de uno de los reportajes en estos términos: “prescindiendo de la histriónica autoría de la musa de *Gran Hermano*, de su recital de mohines y frases hechas, el reportaje de *Diario de...* era muy fuerte, revelador de actitudes y patologías que dan mucho miedo” (Boyero, 3-2-2006: 69).

Por su parte, en *El Correo Gallego*, José Luis Losa hacía un paralelismo entre el reportaje sobre la lucha extrema y lo que los concursantes de *Gran Hermano* tenían que soportar en la casa. Además, se imaginaba lo que el alcalde de Mislata (Valencia) debió pensar cuando Mercedes Milá fue al ayuntamiento: “que iba a hacerle una entrevista sobre alguna chica del pueblo a punto de entrar en la casa de Guadalix” (Losa, 2-2-2005: 70).

3/ Un programa incómodo. *Diario de...* no rehuía los temas polémicos. Trataba temas controvertidos, entrevistaba a personajes repudiados y hablaba sin ambages de lo que consideraba oportuno. El reportaje “Diario de... un contagio masivo”, que trataba el caso “Maeso”, es un ejemplo de esto que decimos.

Además, era un espacio que no renunciaba, puntualmente, a tratar temas más frívolos, como el reportaje “Diario de... lo que les pone a las mujeres”, en el que se exponían los gustos sexuales del género femenino. O darle protagonismo a personajes polémicos como Amor, un transexual, concursante de *Gran Hermano*, al que el programa dedicó el reportaje “Diario de... Amor: un cambio se sexo”, sobre su operación de cambio de sexo.

4/ Los métodos de investigación. Las prácticas detectivescas utilizadas por el programa podían ser un inconveniente. El mero hecho de utilizar la cámara oculta ya suponía una mácula en el formato. Según Mark Wieting, con la productora El Mundo TV ocurrió algo semejante, ya que “las cámaras ocultas no están bien vistas por muchos periodistas y esa puede ser una razón para que no le concedieran premios” (2015).

5/ La emisión no continuada. Al no tratarse de un programa diario o semanal, nunca pareció estable a los ojos de la mayoría. Siempre daba la sensación de interinidad.

A las razones aquí expuestas Mercedes Milá añade la falta de apoyo que recibió el programa por parte de Telecinco:

Si la cadena hubiera apostado por nosotros y nos hubiera presentado como Dios manda, en tiempo y con los apoyos necesarios para conseguir un premio, ¡qué todos sabemos que los premios no se consiguen así a la brava! Una vez que ya estás en la cresta de ola te da premios todo el mundo pero si no, te los tienes que currar, y a nosotros no nos ayudó nadie (2015).

7.3.7. Tercera etapa: la consolidación (2007-2009)

Los buenos datos de audiencia cosechados en los dos primeros años permitieron a *Diario de...* afrontar una etapa de cierta tranquilidad en la que el formato acabó de consolidarse.

El contexto era propicio, ya que durante los años 2007 y 2008 Telecinco lideró las audiencias de manera casi constante. Tan solo perdió los meses de agosto y de diciembre de 2008. De hecho, la cadena de Mediaset logró ser líder durante cinco años consecutivos: “Telecinco alcanza en 2008 sus cinco años de el liderazgo” (www.telecinco.es, 2-9-2009). Ese éxito de la cadena favoreció la estabilidad de *Diario de...*, que se fue plasmando en una emisión más continuada y regular. A partir de ahí el programa pudo desarrollar una de las características que lo hicieron diferente; el seguimiento de los casos más interesantes tratados en algunos reportajes.

Al mismo tiempo la dirección de *Diario de...* podía planificar la producción de temas a largo plazo. Eran trabajos de investigación periodística que requerían de más tiempo y dedicación. Por eso, en esta etapa encontramos algunos de los

reportajes que tienen más características propias del periodismo de investigación. En concreto, “Diario de... un impostor con bata blanca”, fue un programa que presentamos como modelo a seguir.

Finalizando este período de consolidación, en abril de 2009, el programa cumplía cinco años y se iban a materializar algunos cambios sobre todo en la realización del programa.

7.3.7.1. Independientes, pero con autocensura

Durante este período se puede decir que *Diario de...* era un formato muy consolidado y que trabajaba con casi total libertad e independencia. Telecinco apenas participaba tanto a la hora de elegir los temas como en el enfoque. Para la dirección del programa sólo existían los temas buenos o malos y que fueran reportajes que le pudieran interesar a la gente.

Debemos indicar, en honor a los directivos de la cadena, que las limitaciones en la elección de los temas fueron mínimas y que la censura fue casi inexistente. También es cierto que el propio programa sabía para quién trabajaba y, a veces, la autocensura funcionaba para aquellos reportajes que podían afectar comercialmente a la empresa. Mercedes Milá subraya que es una de las servidumbres de las televisiones comerciales:

Había temas que no podíamos tocar. Si por ejemplo había una campaña de publicidad de *Corporación Dermoestética* y, paralelamente, recibíamos una denuncia sobre esta empresa, nosotros mismos nos autocensurábamos porque sabíamos que allí había mucho dinero que se recibía por publicidad. Y como esa, pues el *Corte Inglés*, *Zara*, cuanto más potente era la empresa menos opción para informar sobre ella (2015).

Sobre este particular, los temas vedados en el periodismo, habla Ramón Reig en su libro “Periodismo de investigación y pseudoperiodismo”. Enumera una serie de asuntos que considera casi inabordables para los periodistas. Entre las múltiples informaciones que menciona hay algunas que, precisamente, *Diario de...* sí pudo tratar en profundidad en esta etapa de consolidación (Reig, 2000: 92).

1/ La seguridad de las instalaciones nucleares a nivel mundial. “Diario de... una catástrofe medioambiental”, basado en el desastre nuclear ocurrido en Chernóbil. Era un reportaje que analizaba las claves de esa catástrofe, pero que

ponía al descubierto la seguridad en algunas centrales nucleares. Abría el debate sobre la fiabilidad y el mantenimiento de la energía atómica. Esta fue de las pocas veces que el programa viajó al extranjero para la realización de un reportaje. La presentadora y cuatro miembros más del equipo –un redactor (Raúl Serrano), una productora (Nekane Echarte) y dos cámaras (David de Frutos y Curro Vázquez)– se desplazaron a Ucrania y estuvieron una semana recorriendo la zona afectada, como se puede ver en las figuras 100 y 101.

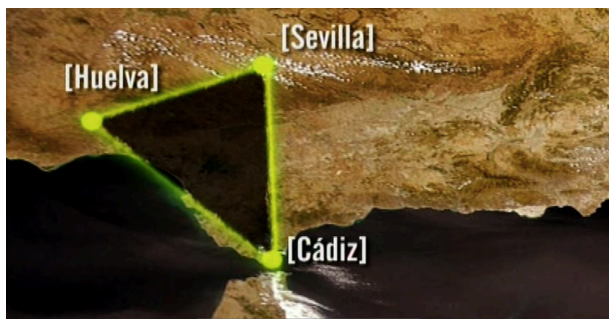


(Figura 100: Mercedes Milá en Chernóbil con un medidor de radiactividad. Fuente: Telecinco)



(Figura 101: el medidor a escasos metros del reactor principal de la central. Fuente: Telecinco)

2/ La contaminación ambiental producida por las grandes empresas. “Diario de... contaminados” se emitió en mayo de 2007. El programa se desplazó a lo que llamó sensacionalmente como “El triángulo de la muerte”. Una zona delimitada entre Cádiz y Huelva en la que, según un estudio de la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, la incidencia de determinados tipos de cáncer era mayor que en el resto de España.



(Figura 102: mapa de “El triángulo de la muerte”. Fuente: Telecinco)

El programa se centró en analizar el funcionamiento del polo químico de Huelva; instalado al lado de la ría, estaba formado por unas veinte empresas. Allí

Mercedes Milá entrevistaba a pescadores, afectados y asociaciones que denunciaban los continuos vertidos y fugas que venían soportando desde hacía muchos años. Esto ocasionaba, según ellos, que en la provincia hubiera unos niveles de contaminación muy preocupantes. Un trabajador de una de las empresas aseguraba que él mismo vertió ácido sulfúrico a la ría y que, posiblemente, por efecto de esos vertidos, había tenido que ver morir a muchos compañeros.

Además, Huelva convivía desde hacía décadas con una enorme extensión de residuos provenientes de una de las industrias del polo químico: las balsas de fosfoyesos de *Fertiberia*, que ocupaban el equivalente a 1.200 campos de fútbol. Miembros de *Greenpeace* realizaron mediciones en las que registraron niveles de radiación veintisiete veces por encima de lo permitido. Por ese motivo, solicitaron al Parlamento Europeo que las balsas fueran consideradas instalación radiactiva. En el año 2010, la empresa *Fertiberia* fue condenada por la Audiencia Nacional a detener el vertido de fosfoyesos a la marisma onubense y a acometer la regeneración ambiental de la zona afectada.



(Figura 103: un miembro de *Greenpeace* en las balsas de fosfoyesos. Fuente: Telecinco)



(Figura 104: una imagen aérea de las balsas del “Diario de... contaminados”. Fuente: Telecinco)

Diario de... pudo emitir y realizar con total libertad ese reportaje. Sin embargo, el programa *Repor*¹³¹ de TVE 1, tuvo muchas trabas. El reportaje titulado “Algo huele mal”, que abordaba el mismo problema en el campo de Gibraltar, fue suspendido temporalmente, según declaraciones de la televisión pública, “por criterios únicamente periodísticos se entendió que el número de opiniones no era lo suficientemente plural y se vio la necesidad de que se recogieran otros puntos de

¹³¹ Es un programa de reportajes en profundidad emitido en TVE 1 desde diciembre de 2007.

vista, sin que ello cambie el contenido ni el enfoque de dicho reportaje" (www.huelvainformación.es, 7-5-2010).

La directora de *Repor*, Gemma Soriano, señalaba que sus jefes la llamaron horas antes de la emisión del reportaje: "El reportaje quedaba suspendido porque había que incluir unas entrevistas a alguien de *Cepsa*" (www.vertele.com, 5-5-2010).

Finalmente el reportaje "Algo huele mal" fue emitido dos semanas más tarde con la inclusión de las declaraciones de las empresas señaladas como responsables de la contaminación.

3/ Los abusos laborales que se producen en los países avanzados. "Diario de... tratantes de esclavos", demostraba cómo un empleado de una empresa pública como *Renfe* se aprovechaba de su cargo para explotar a los inmigrantes.

Nos detendremos en este reportaje porque tiene algunas peculiaridades que merecen la pena ser destacadas. La primera, que se utilizó a dos personas ajenas al equipo para realizar la investigación. En este caso, se recibió una denuncia de una mujer brasileña que denunciaba a un empleado (taquillero) de *Renfe* que conseguía regularizar ilegalmente a los inmigrantes a cambio de dinero o de favores sexuales. Contábamos con su testimonio pero queríamos comprobar si lo hacía realmente y cómo lo hacía. Para el programa era imposible que una de sus reporteras se hiciese pasar por inmigrante y demostrase el *modus operandi* de ese individuo. Por eso, le propusimos a la denunciante si ella misma querría grabar con una cámara oculta y dejar en evidencia a ese taquillero. Lógicamente, le enseñamos el manejo, dándole las pautas para actuar en esas situaciones y proporcionándole la cobertura necesaria en el momento de las grabaciones. El riesgo era mínimo, ya que el empleado de *Renfe* hacía el negocio en su lugar de trabajo. Al mismo tiempo que vendía un billete para Soria, era capaz de conseguir un permiso de trabajo a cambio de 5.000 euros. Se aprovechaba de su empleo para que los inmigrantes confiaran en él y creyeran que no les iba a estafar. Las figuras siguientes así lo ilustran.



(Figura 105: el taquillero cometiendo el delito en su puesto de trabajo. Fuente: Telecinco)



(Figura 106: el taquillero pedía 5.000 euros a cada inmigrante. Fuente: Telecinco)

Cuando se trataba de mujeres jóvenes les pedía sexo a cambio de regularizar su situación en España, como ocurrió con nuestra colaboradora. Gracias a su aportación pudimos demostrar que estábamos ante un caso claro de estafa a la Seguridad Social. Además, *Renfe* se sintió especialmente perjudicada porque el estafador utilizaba sus instalaciones para realizar sus delitos. Por eso, envió al programa una nota en la que afirmaba “haber apartado del servicio a su empleado y haberle abierto un expediente tras el cual, se adoptarían, si fueran necesarias, las medidas disciplinarias o legales correspondientes”¹³².

Otra de las peculiaridades de este reportaje es que Mercedes Milá realizaba uno de sus “asaltos” al taquillero cuando pretendía llevarse a la colaboradora a un hotel para tener relaciones sexuales con ella.



(Figura 107: momento del “asalto” de Mercedes Milá al taquillero de Renfe. Fuente: Telecinco)



(Figura 108: el taquillero se va sin contestar a las preguntas. Fuente: Telecinco)

El crítico de televisión de *El Periódico de Cataluña* calificaba de “antológico” el “asalto” de Mercedes Milá al taquillero, pero se preguntaba si “el periodismo consiste

¹³² Nota enviada al programa por el gabinete de prensa de *Renfe* el 25-3-2008. Se adjunta en el anexo 13.2.7.

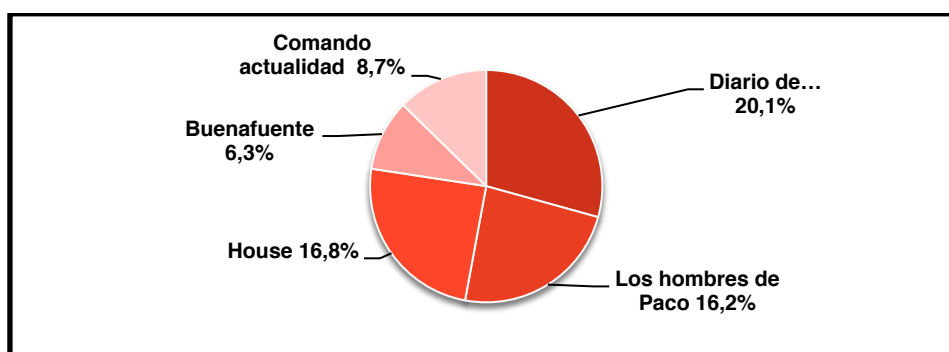
en hacer de policía paralela, a la caza del delincuente, con micros y cámaras ocultas”. Y afirmaba que “como espectáculo televisivo, eso sí, resulta muy auténtico y vistoso” (Monegal, 23-8-2008: 87).

Estas concesiones al espectáculo televisivo eran los que denominábamos “momentos cumbre” de *Diario de...* Sin duda, el programa buscaba impactar, que el resultado fuera llamativo y que, por tanto, se hablara de ello.

Paralelamente, un inmigrante peruano, colaborador habitual del programa, registraba con su cámara oculta la discriminación, explotación y engaño que sufrían algunos trabajadores extranjeros en nuestro país. Su condición de sudamericano le facilitaba adaptar su identidad a los diferentes tipos de trabajos. Se hacía pasar por inmigrante en paro que buscaba un puesto en la construcción, en la vendimia o de chófer. En todos los trabajos le empleaban sin contrato y le exigían horarios imposibles.

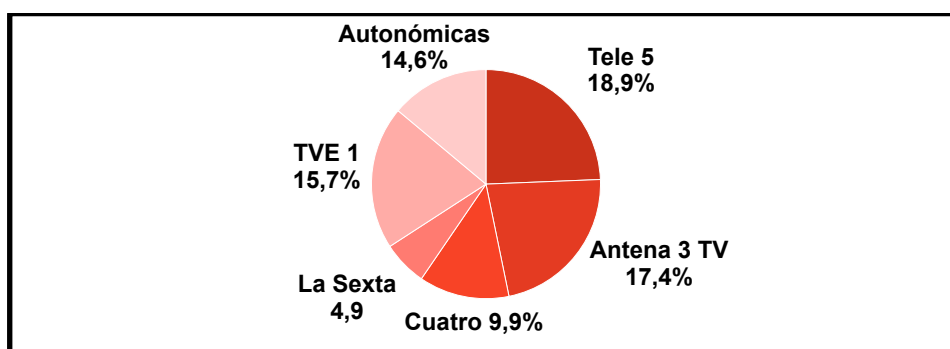
Este tipo de periodismo encubierto, realizado por personas ajenas al equipo se denomina “infiltración de terceros dirigida”. Consiste “en infiltrar a una tercera persona, dirigida, orientada y capacitada por el periodista” (Rodríguez, 1994: 145). En el caso de “Diario de... tratantes de esclavos”, el colaborador era periodista y disponía de mucha experiencia en el empleo de estas técnicas detectivescas.

El programa emitido a las 00:25 h del 25 de marzo de 2008 tuvo un 20,1% de *share* y 1.438.000 espectadores de media. Lideró su franja horaria como se puede ver en el siguiente gráfico que recoge los datos de los programas que se emitieron a la misma hora en TVE 1, Antena 3 TV, Cuatro y La Sexta.



(Gráfico 4: audiencia media de los programas de las principales cadenas en la franja del *late night* del día 25-3-2008. Fuente: elaboración propia, según Sofres Audiencia de Medios)

El programa también estuvo por encima de la media de la cadena. Ya, en estos momentos, tanto La Sexta como Cuatro, empezaban a ser competidores. Como apreciamos en el gráfico 5, Telecinco y Antena 3 TV lideraron el día, pero Cuatro se queda a una décima del 10% de media.



(Gráfico 5: media de audiencia obtenida por las principales cadenas el día 25-3-2008.

Fuente: elaboración propia, según Sofres Audiencia de Medios)

7.3.7.2. El seguimiento de los casos

Durante el período de consolidación, *Diario de...* llevó a efecto una de las pretensiones de la presentadora del formato. Para Mercedes Milá era vital saber qué consecuencias tenían las investigaciones del programa, qué había sido de los delincuentes a los que se había descubierto, o si los compromisos o promesas que habían adquirido algunos responsables políticos habían sido cumplidos. Lo que ella llamaba “el post”. En algunos casos, se hicieron segundas y terceras partes para demostrar que *Diario de...* seguía interesado en la resolución de las denuncias efectuadas.

El programa tenía como objetivo final hacer un seguimiento de aquellos casos que había tratado en los reportajes. El equipo de *Diario de...* tenía la convicción de que su tarea periodística no acababa cuando se emitían los reportajes, y por eso, pretendía que sus telespectadores estuvieran informados de que había sido de aquellas personas y de aquellas denuncias que habían visto durante estos años. Este seguimiento se pudo realizar porque el programa tuvo la suficiente continuidad en el tiempo.

La intención del programa era repasar algunos de los casos más sonados de *Diario de...* y ver cual era el estado de la cuestión. Lógicamente, se escogieron

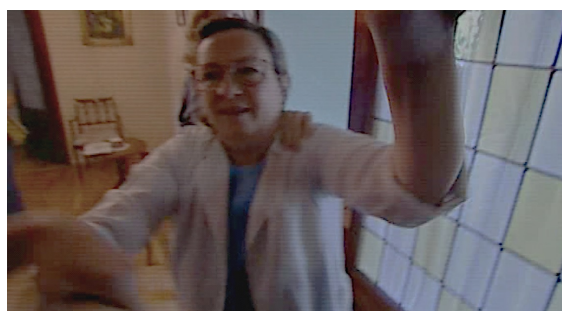
temas susceptibles de retomar, que hubieran tenido cierta repercusión y buenos datos de audiencia. Nos íbamos a encontrar con situaciones sorprendentes.

Por ejemplo, la doctora, a quien se había cerrado la consulta por realizar operaciones de cirugía estética en un piso sin tener los permisos necesarios, volvía a reincidir. En “Diario de... cirugía clandestina”, dos años después, se demostró que seguía haciendo intervenciones de manera clandestina. Tras el periodo de clausura, había retomado su actividad ilegal y seguía cometiendo las mismas irregularidades. Esa actitud vigilante del programa y el recordar historias ya contadas, le daba al formato una identidad, un marchamo propio que ayudó a la consolidación de *Diario de...*

En esta ocasión el “asalto” final resultó tremendamente impactante como se muestra en los siguientes fotogramas. La doctora, que había vuelto a ser descubierta operando sin autorización, se abalanzó sobre la presentadora y las cámaras propiciando un momento televisivo muy espectacular.



(Figura 109: la doctora intenta echar a Mercedes Milá de la clínica clandestina. Fuente: Telecinco)



(Figura 110: la doctora golpea y empuja al cámara. Fuente: Telecinco)

El reportaje fue emitido el 19 de septiembre de 2007 y registró un dato del 26,3% de *share* y 2.771.000 espectadores de media. Los espectadores se quedaron esperando el desenlace como el gran golpe de efecto que desvelaba que, a pesar de la denuncia, la doctora seguía interviniendo en la misma consulta que la Comunidad de Madrid había clausurado.

Con “Diario de... bandas latinas” el programa quería retomar el pulso a una realidad, que se había recrudecido desde que fue tratada en el anterior reportaje titulado “Diario de... bandas callejeras”. La policía nacional ya había creado una brigada *ad hoc* para luchar concretamente contra estas bandas y el número de

pandilleros se había incrementado notablemente. Hasta 1.300 jóvenes tenían identificados como posibles miembros de estos clanes juveniles.

En este reportaje Mercedes Milá ejerce de reportera, visita barrios conflictivos y entrevista a jóvenes latinos y españoles que se declaraban enemigos acérrimos y proponían un fuerte enfrentamiento entre bandas. En uno de estos momentos, un grupo lanzó piedras sobre la presentadora mientras se disponía a hacer una entradilla. Al escuchar el ruido del impacto se gira para recriminar la actitud a los pandilleros.



(Figura 111: entradilla de Mercedes Milá en un parque controlado por bandas. Fuente: Telecinco)



(Figura 112: momento en el que los pandilleros le tiran una piedra. Fuente: Telecinco)

“Diario de... bandas latinas” obtuvo un dato espectacular. Marcó un 31,8% de cuota de pantalla y 2.274.000 televidentes de media. Se emitió el 3 de octubre del 2007, a las 00:18 h.

“Diario de...la liberación de Sara” fue la culminación a dos años y medio de trabajo. El reportaje se inició, en el año 2007, por la propuesta del periodista Javier Ángel Preciado¹³³ a la dirección del programa. Se trataba de un reportaje sobre el secuestro de una niña madrileña de ocho años por parte de su padre iraquí. Durante todo el proceso, hasta la liberación de la menor, el programa hizo un seguimiento de la evolución de los acontecimientos. Realizó otro reportaje previo llamado “Diario de... rescatar a mi hija en Irak”, en el que se contaban las peripecias de una madre desesperada por recuperar a su hija en un país en guerra, como Irak. Era una

¹³³ Javier Ángel Preciado escribió un libro sobre el caso y posteriormente se realizó una *TV Movie* de dos capítulos para Antena 3 TV, emitida en 2014. Se tituló “Rescatando a Sara” y fue protagonizada por Carmen Machi y Fernando Guillén Cuervo.

historia más humana que de investigación y tenía similitudes con la conocida película, *No sin mi hija*¹³⁴.

La liberación de Sara, después de dos años y medio de secuestro parental, tuvo lugar el 22 de marzo de 2009. Una semana después, *Diario de...* emitía el reportaje sobre toda su historia: el viaje de la madre a Basora, la negociación con las autoridades iraquíes, el dramático enfrentamiento con el padre, la entrega de la niña y la posterior llegada a Madrid.



(Figura 113: momento de la liberación de Sara por parte de su madre. Fuente: Telecinco)



(Figura 114: Sara llega a Madrid tras dos años y medio secuestrada. Fuente: Telecinco)

A pesar de ser un caso mediático y que había tenido bastante repercusión, el dato de audiencia fue algo más discreto de lo esperado, un 18,8% y 1.304.000 espectadores de media. El reportaje se emitió el 1 de abril de 2009 a las 00:28 h.

Con el “Diario de...un condenado: el doctor Maeso” el programa quiso seguir los últimos pasos en libertad de alguien que había sido condenado de por vida. Dos años después de haber sido penado con 1.993 años de cárcel, Juan Maeso vivía en una caravana a las afueras de Valencia esperando su entrada en prisión.

¹³⁴ Película del año 1990, basada en hechos reales, que recreaba la lucha de una madre norteamericana por recuperar a su hija secuestrada y trasladada por su padre a Irán. Dirigida por Brian Gilbert y protagonizada por Sally Field.



(Figura115: Mercedes Milá localiza a Maeso viviendo en una caravana. Fuente: Telecinco)



(Figura 116: entrevista a Juan Maeso dentro de la caravana. Fuente: Telecinco)

El reportaje era el retrato de un condenado, pero no investigaba ni denunciaba nada. Mercedes Milá acudió a las afueras de Valencia donde Juan Maeso vivía dentro de una caravana, escondido de los periodistas y de sus víctimas. El programa fue más corto de lo habitual, tan sólo treinta y dos minutos de duración.

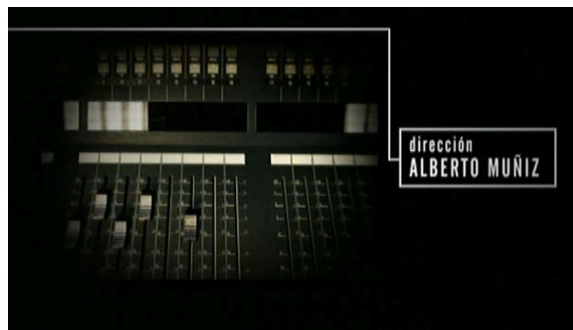
Telecinco no consideró interesante el documento periodístico y lo programó a las 01:51 h de un viernes. Tuvo una mediocre respuesta de la audiencia con un *share* del 17% y tan sólo 628.000 espectadores. La cuota de pantalla de Telecinco ese 22 de julio de 2007, fue de un 19,1%.

7.3.7.3. Renovación de la imagen

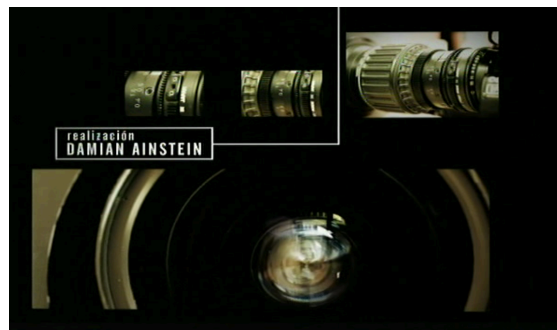
Coincidiendo con el quinto aniversario del nacimiento del programa, en marzo de 2009, *Diario de...* decidió renovar su imagen. “Una nueva cabecera y un diseño más moderno para dar forma a los contenidos de los próximos reportajes”, según afirmaba la cadena en una nota de prensa enviada a los medios (www.vertele.com, 17-3-2009).

El nuevo realizador, hasta entonces ayudante de realización del programa, Damián Ainstein, introdujo variaciones tanto en la grabación como en la edición de los reportajes. Por un lado las grabaciones comenzaron a efectuarse con cámaras fotográficas digitales que ofrecían una calidad muy superior y, por otro, el montaje iba a ser mucho menos efectista y el grafismo menos recargado. Aunque el giro hacia una realización más sobria y sosegada había sido paulatino, en este momento se hace más patente, gracias al cambio de la línea gráfica y de los colores predominantes.

El reportaje que estrenó la nueva imagen de *Diario de...* fue “Diario de... víctimas de una sanidad enferma”, emitido el 17 de marzo de 2009. Lo primero que destacaremos fue la nueva cabecera del programa.



(Figura 117: plano de la cabecera con tonos negros y blancos. Fuente: Telecinco)



(Figura 118: plano del objetivo de una cámara con el rótulo del realizador. Fuente: Telecinco)



(Figura 119: plano de Mercedes Milá para la nueva cabecera del programa. Fuente: Telecinco)



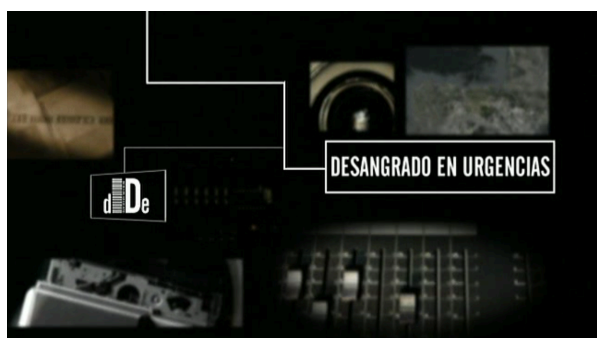
(Figura 120: título del programa integrado al final de la cabecera. Fuente: Telecinco)

Como se puede apreciar en las figuras 117 y 118 los tonos predominantes en la cabecera eran el blanco y el negro y las imágenes elegidas eran elementos o herramientas de trabajo utilizadas en la televisión. Como también sucedía con la cabecera original, la idea era ofrecer un contraste de claro/oscuro; esta vez llevado al extremo con los colores más antagónicos, el blanco y el negro. Según Castillo “el blanco es por definición el símbolo de lo positivo, de la pureza [...] El negro, sin embargo, abarca todos los conceptos relacionados con la oscuridad: lo desconocido, la muerte, el mal” (2009: 158).

Los últimos planos se centraban en la presentadora. Estaban realizados en el exterior, en un lugar elevado desde el que se divisaba una panorámica de Madrid. La luz natural en el momento del ocaso, el anaranjado, era el que dominaba la

secuencia. Para concluir, el título de cada reportaje iba integrado en ese último plano.

Los separadores de los reportajes también iban a ver modificado su color. Se abandonaban los tonos azul y rojo o anaranjado, que habían prevalecido en los anteriores años, y se daba paso al negro y al blanco.



(Figura 121: separador del programa “Diario de... víctimas de una sanidad enferma”. Fuente: Telecinco)

La elección de los colores predominantes en una realización televisiva debe estar muy pensada, ya que marca el tono de cómo se quieren contar las cosas y determina la identidad del producto. “Cualquier profesional de los que utilizan el color como una de sus herramientas, sabe que un buen uso de ese arma es un paso decisivo hacia la obtención del resultado apetecido [...] de manera general, todos percibimos una reacción física ante la sensación que produce un color” (Castillo, 2009: 151). Cuanto más cálida sea la gama cromática empleada –rojos o naranjas– más sensaciones se pretenden conseguir en el espectador. “El rojo atrae la atención y desbanca a todos los colores circundantes. Resalta los perfiles y atrae la mirada” (*ibidem*). El blanco y el negro, dominantes en esta nueva etapa de *Diario de...*, son más sobrios, más elegantes y buscan llegar al espectador por medio de la estética.

La mayor sobriedad o no en la realización dependía mucho de los temas que se trataran. En este caso, el reportaje “Diario de... víctimas de una sanidad enferma” planteaba que el modelo sanitario español tenía deficiencias importantes que estaban provocando el éxodo de nuestros médicos, la desconfianza de los pacientes y la privatización encubierta en algunas comunidades como la madrileña. Según reconocía el propio Ministro de Sanidad, en aquellas fechas hacían falta 3.200 especialistas y calculaba que para el 2025 habría un déficit de 25.000 trabajadores.

Mercedes Milá y su equipo denunciaban las, a su juicio, numerosas irregularidades que se estaban produciendo en la Consejería de Sanidad de la Comunidad de Madrid. Manipulación de las listas de espera, ocultación de enfermos en los pasillos y una política de comunicación oscurantista y nada transparente.

Los elementos gráficos a modo de cortinillas se mantuvieron pero se utilizaban con bastante menos frecuencia. El código de barras seguía siendo la marca del programa pero con una composición distinta.



(Figura 122: nueva línea gráfica en el programa de “Diario de... morosos: acosados por las deudas”. Fuente: Telecinco)

La tipografía para rotular a los personajes o las localizaciones también se modificó sustancialmente. Se empleaban las mayúsculas y un tipo de letra con trazo muy fino como modelo estético recurrente, en contraposición a lo que se hacía en la anterior etapa, con una letra más gruesa y en minúsculas.



(Figura 123: rotulación de un personaje en la anterior etapa. Fuente: Telecinco)



(Figura 124: rotulación de un personaje con la nueva tipografía. Fuente: Telecinco)

7.3.7.4. Un impostor con el sello de *Diario de...*

Uno de los últimos reportajes de esta etapa y que llevaba el sello del programa más marcado fue “Diario de... un impostor con bata blanca”. El tema escogido estaba en la línea de los habituales; un problema de salud pública y el intrusismo profesional, tan presente en nuestro país.

La denuncia no era muy diferente a otras ya realizadas, sin embargo tanto las víctimas afectadas como el impostor no se parecían a nada que hubiéramos conocido antes. Los afectados, porque demostraron tener mucho coraje y participaron activamente en la investigación periodística, y el falso médico, por tener una personalidad fabuladora y reincidente que le convertía en un personaje sorprendente.

José Manuel López Pérez, más conocido como Coté, sólo tenía el título de Bachiller cuando ejercía la medicina en un piso del centro de Ferrol. Sin embargo, de las paredes de su consulta colgaban títulos de las más prestigiosas universidades internacionales y decía colaborar con las clínicas más importantes de EE. UU. Sus engaños ya fueron descubiertos por las FCSE en el año 2002, pero este hombre era de naturaleza reincidente y volvió a montar otro centro médico ilegal por lo que fue detenido en el año 2008, acusado de intrusismo, blanqueo de capitales, estafa y lesiones a sus pacientes.

Durante esos seis años, miles de pacientes pasaron por la consulta de Coté. Muchos de ellos sufrieron graves secuelas físicas como consecuencia, según ellos, de los extraños tratamientos de este individuo; inyecciones, pastillas, cirugías, masajes, todo tipo de prácticas médicas que fueron denunciadas por sus pacientes por considerar que eran muy dañinas para su salud. Seis meses después de esta detención fue puesto en libertad bajo fianza de 30.000 euros. Fue entonces, cuando llegaron a *Diario de...* las quejas de algunas de sus víctimas. Se mostraban indefensas ante la falta de contundencia de la justicia y aseguraban que reincidiría. Varios miembros de la asociación de víctimas de Coté, repartidas por toda España le siguieron el rastro y lo localizaron en Vinaroz (Castellón), a más de 1.000 kilómetros de Ferrol. Enseguida, el programa se puso manos a la obra. *Diario de...* realizó las averiguaciones necesarias que dieron como resultado, por increíble que parezca, que Coté seguía con su engaño y estafa, pero esta vez en Castellón.

Dos reporteros del programa pidieron cita en su consulta y fueron atendidos, diagnosticados y tratados por este impostor. Comprobaron que seguía utilizando las mismas mentiras para embaucar a sus pacientes. El programa puso en conocimiento de las autoridades toda la información y tanto Coté como su socio fueron detenidos.

Hay 138 víctimas personadas en la causa judicial contra Coté. Algunas han fallecido, aunque todavía no se ha podido dictaminar si a causa de los tratamientos efectuados por el falso doctor. A día de hoy, está en libertad a la espera de juicio.

Creemos que este reportaje es el que mejor ejemplifica la madurez de un formato y la consolidación de una idea. Las características propias y que hacían identificable *Diario de...* se aprecian en todo el trabajo por diferentes razones.

1/ El programa atendía con éxito la desesperada denuncia de unas víctimas. Uno de los principales objetivos de *Diario de...* era denunciar públicamente aquellos hechos que los ciudadanos solicitaran. En este caso, el reportaje respondió a la confianza depositada por los denunciantes. De hecho, la presidenta de la asociación de víctimas de Coté reconoció al programa la labor realizada para combatir el intrusismo profesional con el galardón que se puede apreciar en las siguientes figuras.



(Figura 125: Esther Fontán entrega el premio a Mercedes Milá. Fuente: elaboración propia)



(Figura 126: la asociación de víctimas de Coté con Mercedes Milá. Fuente: Telecinco).

2/ *Diario de...* tenía como aspiración que sus trabajos tuvieran consecuencias. El reportaje llevó una investigación que tuvo repercusiones legales para el denunciado. Fueron tres meses de indagaciones que dieron como resultado la detención del impostor.



(Figura 127: detención de Coté por la Guardia Civil el 6-7-2009. Fuente: Telecinco)

3/ Se emplearon las técnicas detectivescas de forma correcta. La ocultación de la identidad por parte de los periodistas y las grabaciones con cámara oculta se realizaron de forma justificada. La cámara oculta se empleó como una herramienta necesaria para descubrir algo que alguien quería mantener escondido. Si no llega a ser por la demostración, con imágenes, de que el impostor seguía ejerciendo, no hubiera sido posible su detención.

El crítico televisivo Ferrán Monegal escribió en *El periódico de Cataluña* que se trataba de “un trabajo bien construido y dirigido con acierto y puntería” y señalaba que “la cámara oculta del equipo en esta ocasión estaba perfectamente justificada” (Monegal, 10-7-2009: 67).







(Figura 128: cámara oculta al socio de Coté en la consulta de Vinaroz. Fuente: Telecinco)



(Figura 129: cámara oculta a Coté en la consulta de Vinaroz. Fuente: Telecinco)

4/ El reportaje tenía una estructura dramática fragmentada cuyo objetivo era mantener la atención del espectador mediante la técnica del suspense. La diferencia con otros programas es que sólo se abordaba un caso sin historias paralelas que lo completaran.

La estructura del reportaje está dividida en nueve bloques. La investigación sobre el supuesto médico está fragmentada y se ubica en los separadores pares 2,4,6 y 8. Diseminados entre estos, están los bloques dedicados a conocer mejor al personaje denunciado, 1 y 5 , a sus víctimas 3, a los fallos legales que propiciaron la reincidencia del impostor 7, y por último el desenlace, bloque 9, dedicado al “asalto” y la detención de Coté. En la tabla 12 podemos apreciar como estaba estructurado el reportaje.

Estructura del reportaje	Título del separador	Tema	Duración
Sumario		(Resumen lo más importante)	3:57
Bloque 1		(El pasado delictivo de Coté)	4:40
Bloque 2		(Investigación)	4:45
Bloque 3		(El testimonio de las víctimas)	5:16
Bloque 4		(Investigación)	5:20
Bloque 5		(Las fabulaciones de Coté)	6:01
Bloque 6		(Investigación)	3:48
Bloque 7		(Los fallos del sistema)	4:05
Bloque 8		(investigación)	7:35
Bloque 9		(el "asalto")	4:46

(Tabla 12: estructura del "Diario de... un impostor con bata blanca". Fuente: elaboración propia)

5/ La realización, como era costumbre en el programa, intercalaba las imágenes de peor calidad, que ofrece la cámara oculta, con las grabaciones mucho más planificadas y elaboradas. El montaje apenas tenía efectos digitales. El tema no lo requería y, además, en esta época, el ritmo de los reportajes ya no era tan trepidante como a los inicios de *Diario de...*



(Figura 130: entrevista realizada con cámara HD a una víctima de Coté. Fuente: Telecinco)



(Figura 131: imagen de cámara oculta en la consulta de Coté. Fuente: Telecinco)

6/ El rol de Mercedes Milá era el de reportera, entrevistadora, y presentadora. Realizaba la función de conductora y guía de la historia con mucha eficacia. El discurso era claramente subjetivo, se posicionaba del lado de las víctimas de Coté. El tono era muy categórico como se aprecia en esta entradilla de Mercedes Milá:

Este individuo ha sido capaz de engañar a miles de pacientes, médicos e instituciones durante cerca de veinte años. Sin embargo, hoy van a quedar al descubierto todas las negligencias, patrañas y mentiras de este gran impostor. ("Diario de... un impostor con bata blanca", Telecinco, 8-7-2009).



(Figura 132: entradilla de Mercedes Milá arriba mencionada. Fuente: Telecinco)

Mercedes Milá consiguió, al final del reportaje, ponerse cara a cara con el impostor y pedirle explicaciones. Cumpliendo así una de las máximas de *Diario de...*, que los investigados respondieran ante las cámaras. En este caso, el falso médico, negó todas las acusaciones y evidencias que se habían mostrado durante el programa.



(Figura 133: Mercedes Milá “asalta” a Coté en una calle de Ferrol. Fuente: Telecinco)



(Figura 134: Coté responde a las preguntas y se marcha en su vehículo. Fuente: Telecinco)

7/ *Diario de...* como cualquier programa emitido en una televisión comercial tenía como meta que los espectadores siguieran los reportajes. En esta ocasión consiguió que una investigación periodística fuese seguida por un número considerable de personas. El programa se emitió el 8 de julio de 2009, a las 00:20 h. No fue ni mucho menos uno de los programas más vistos de la historia de *Diario de...* pero fue líder en su franja con 1.372.000 espectadores de media y un 18,5% de *share*. Estuvo cuatro puntos por encima de la media de Telecinco ese día, 14,7%¹³⁵.

8/ El reportaje también tuvo mucha repercusión en los medios. El tema ocupó las portadas digitales de la mayoría de los diarios gallegos y levantinos (www.levante-emv.com, 5-7-2009; www.farodevigo.es, 13-7-2009) y algunos nacionales también se hicieron eco de la detención de Coté, (www.abc.es, 13-7-2009).

¹³⁵ Se adjunta en el anexo 13.2.8. la curva de audiencia del 8-07-09.

Los críticos televisivos también reconocieron el mérito del trabajo del programa. Patricia Hermida escribió en *El Correo Gallego* que:

Tras el último encarcelamiento de José Manuel López Pérez, por intrusismo y estafa continuada, Ferrol asistió con el alma en vilo a la emisión del reportaje “Diario de... un impostor con bata blanca”. La periodista Mercedes Milá y su equipo de investigación destapaban un pasado conocido por muchos y un presente escalofriante (Hermida, 13-7-2009).

La conclusión final que podemos inferir de este reportaje es que *Diario de...* era para algunas afectados una oportunidad para solucionar sus problemas. Cuando creían que ni los jueces, ni las FCSE actuaban diligentemente, acudían al programa. Por eso *Diario de...* aspiraba a ser una herramienta útil para la sociedad; un recurso que algunos ciudadanos podían utilizar cuando se sentían desamparados o desprotegidos por las instituciones del Estado.

7.3.8. Cuarta etapa: la decadencia (2009-2010)

En estos últimos años *Diario de...* sufrió el progresivo desgaste de un formato con una personalidad muy marcada, que llevaba en antena muchos años. Es la ley de la televisión, y más de la comercial, todos los programas tienen una fecha de caducidad. Dependiendo de las características y de los condicionantes de cada uno, podrán durar más o menos, pero siempre tienen un final. El de *Diario de...*, tal y como lo habíamos conocido desde sus orígenes, estaba cerca.

Cuando hablamos de una televisión comercial como Telecinco, casi todo tiene una razón económica, casi todo obedece a lo que marquen los audímetros. Coincidiendo con el nacimiento de *Diario de...* año 2004, hasta el año 2008, la cadena de Mediaset había liderado las audiencias anuales de forma sistemática. Llegando, en 2007, a ganar en todos los meses del año a sus competidores.

La tabla 13 muestra como a partir de 2008 las audiencias de Telecinco bajan considerablemente. Pierde el liderazgo y tres puntos en un año, llegando hasta el 14,6% de *share*, en 2010.

Año	Enero	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Año
2004	21,8%	21,9%	22,6%	22,3%	22,8%	23,1%	22,9%	19,0%	22,2%	22,2%	22,4%	21,4%	22,1%
2005	22,6%	22,1%	22,8%	22,7%	23,6%	22,3%	22,6%	20,8%	22,6%	22,7%	21,2%	20,9%	22,3%
2006	20,7%	20,8%	21,5%	21,3%	22,4%	21,4%	21,9%	20,6%	21,1%	21,6%	21,5%	20,2%	21,2%
2007	20,8%	19,9%	20,0%	20,1%	20,9%	20,7%	20,2%	19,0%	21,1%	21,5%	20,5%	19,0%	20,3%
2008	19,0%	19,2%	19,0%	19,1%	19,6%	18,7%	17,8%	14,9%	17,8%	18,0%	17,6%	16,2%	18,1%
2009	15,6%	14,9%	15,0%	14,6%	14,9%	15,9%	13,8%	14,1%	16,1%	15,2%	15,2%	15,1%	15,1%
2010	14,8%	15,3%	14,5%	14,6%	14,7%	15,4%	15,7%	13,3%	13,6%	14,7%	14,0%	13,8%	14,6%

(Tabla 13: evolución de la audiencia de Telecinco desde el nacimiento de *Diario de...* hasta su finalización. Están marcados en rojo los meses y años en los que Telecinco lideró la audiencia.

Fuente: Sofres Audiencia de Medios)

La cadena que retoma el primer puesto es TVE 1, con un 16,4%, en 2009, y un 16%, en 2010. Sin embargo, en el siguiente gráfico, se aprecia la bajada significativa de la cuota de pantalla de los principales canales. Telecinco, Antena 3 TV y TVE 1, se resienten ante el empuje de Cuatro y La Sexta.

Año	TVE 1	Telecinco	Antena 3 TV	Cuatro	La Sexta
2009	16,4%	15,1%	14,7%	8,6%	6,8%
2010	16%	14,6%	11,7%	8,3%	6,6%

(Tabla 14: audiencia media de las principales cadenas en 2009 y 2010.

Fuente: elaboración propia, según datos de Sofres Audiencia de Medios)

A esto hay que añadirle el apagón analógico y la implantación de la Televisión Digital Terrestre (TDT) en abril de 2010¹³⁶. A partir de entonces las grandes cadenas generalistas se van a olvidar del número dos como dígito inicial de sus datos de *share*; llegar al 20% de media en el día será inviable. De ahora en adelante la audiencia se fragmentará considerablemente y la cuota de pantalla estará mucho más repartida. Los nuevos canales temáticos, mediante contenidos mucho más ajustados a unos determinados segmentos de público, van a ir consiguiendo

¹³⁶ La TDT se implanta el 3 de abril de 2010 y supone la creación de más de cuarenta canales nuevos que proporcionan una oferta televisiva hasta entonces desconocida.

pequeñas cuotas, que, sumadas unas a otras, provocarán una bajada generalizada e irreversible del *share* (Andueza, 2010: 99).

Este nuevo panorama; la aparición de nuevos canales, la creación de contenidos a la carta (deportes, infantiles, series), la fragmentación de las audiencias, afecta a la estrategias de programación de Telecinco, y por supuesto a *Diario de...*

7.3.8.1. Las razones del final del programa en Telecinco

Durante los seis años de emisión en Telecinco, *Diario de...* siempre fue un programa que parecía desubicado. Fundamentalmente porque sus contenidos poco o nada tenían que ver con el resto de la programación de la cadena y, en menor medida, porque su programación era bastante aleatoria; no tenía una periodicidad fija en emisión. Esa sensación de estar en el sitio equivocado se fue acrecentando a medida que la cadena invertía más en entretenimiento y menos en información. Esa falta de sintonía entre el programa y la cadena fue uno de los motivos principales para el adiós de *Diario de...*, pero hay otras razones que provocaron el final de esta etapa.

a) Es emitido en horarios de madrugada. El nuevo escenario de las audiencias hace que los programadores estén obligados a tomar decisiones. Una de ellas es la de situar, con mucha frecuencia, *Diario de...* en la franja de la madrugada. Esto hizo que el programa perdiera mucha visibilidad. No hay nada peor que parecer intrascendente. Cinco programas, de los últimos trece emitidos, se programaron a partir de la una de la madrugada. Obviamente, el consumo a esas horas era mucho menor y los espectadores en ningún caso llegaron al millón. Lo podemos apreciar en la siguiente tabla.

Programa	Fecha	Hora	Share	Espectador
“Diario de... vecinos en pie de guerra”	26-11-09	01:13	20,2%	745.000
“Diario de... <i>made in China</i> ”	2-6-2010	01:27	14,6%	540.000
“Diario de... gitanos rumanos”	13-10-10	01:39	18,1%	587.000
“Diario de... la cocaína o mi hijo”	8-12-10	01:16	19,5%	811.000
“Diario de... menores violentos”	15-12-10	00:59	14,9%	785.000

(Tabla 15: horarios de emisión de cinco de los últimos trece programas de *Diario de...* Fuente: elaboración propia)

La audiencia es bastante menor que en anteriores etapas. Aunque los datos no son malos –en algunos casos los reportajes fueron líderes en su franja–, el decremento en el número de espectadores es evidente. La tendencia de los porcentajes de audiencia del programa es la misma que la de Telecinco, que también estaba sufriendo una disminución considerable de seguidores.

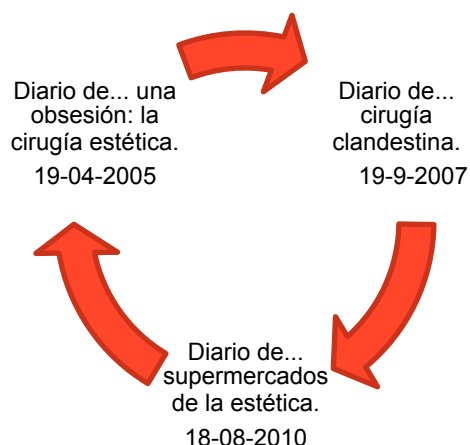
El reportaje más visto de esta etapa fue “Diario de... vecinos en pie de guerra” que registró, el 25 de noviembre de 2009, un 20,2% de cuota de pantalla, muy por delante de sus competidores y seis puntos por encima de Telecinco ese día. Bien es cierto, que la hora de emisión, la 01:13 h, significó que sólo 745.000 espectadores de media vieran el reportaje.

b) Es víctima de su propia fórmula. El programa tenía unas señas de identidad muy definidas que se van resintiendo por el desgaste. Pongamos como ejemplo el típico “asalto” final de Mercedes Milá. Era un recurso impactante que a fuerza de ser repetido va perdiendo el factor sorpresa y el interés para el espectador.

Pero más determinante era que el personaje investigado conocía la fórmula y se las ingeniaba para no dar la cara, y por lo tanto, dejaba en un intento frustrado el “asalto”.

c) La elección de los temas. La situación de crisis económica que vivía España quizá requería tratar otro tipo de asuntos, pero no eran los que Telecinco mejor aceptaba. Quizá, tampoco el programa supo dar con la fórmula para adaptarse a los cambios que se estaban produciendo en la sociedad.

Además, y más importante, los temas elegidos para los reportajes tendían a repetirse con el paso de los años y eso pudo cansar a la audiencia. En los siguientes gráficos vemos el ejemplo de dos asuntos como la cirugía estética y el tráfico de drogas que se abordaron varias veces.



(Gráfico 6: los tres reportajes sobre cirugía estética emitidos por *Diario de...* durante su etapa en Telecinco. Fuente: elaboración propia)



(Gráfico 7: los cinco reportajes sobre tráfico o consumo de drogas emitidos por *Diario de...* durante su etapa en Telecinco. Fuente: elaboración propia)

d) La coyuntura económica del país. España estaba sumida en una profunda crisis económica y las empresas audiovisuales no eran ajenas a ello. Durante el año 2009 se experimentó una brusca caída en la inversión publicitaria que afectó de lleno a las cadenas comerciales. De hecho, Telecinco ganó un 77% menos que el año anterior y sus ingresos por publicidad cayeron un 33,8% (www.europapress.com 25-2-2010).

Esto, por supuesto afectó a *Diario de...*, que era un programa caro y no muy rentable para la cadena, en términos económicos. Eso supuso que el equipo vio

recortado su presupuesto. En esta última etapa cada programa llegó a costar una media de 56.000 euros, casi la mitad que algunos *Diario de...* de la época de mayor éxito.

e) Se pierde el carácter investigativo. Cada vez eran menos los temas que llevaban una investigación periodística y más los que se quedaban en la mera denuncia. Tan solo contabilizamos tres reportajes de investigación en esta etapa: “Diario de... ancianos maltratados”, “Diario de... economía sumergida” y “Diario de... pedofilia en el instituto”.

En “Diario de... economía sumergida” el programa denunciaba a los empresarios que emplean a trabajadores en condiciones ilegales y defraudaban a la Seguridad Social. El reportaje se centraba en la población de Elda, en Alicante. En esa localidad, donde se fabrica la mayor parte del calzado hecho en España, los talleres clandestinos se ubicaban por todas partes. *Diario de...* mostraba en este reportaje como la ilegalidad laboral era una constante entre las empresas de ese sector.

Una redactora del programa se hizo pasar por una empresaria del calzado que quería encargar una producción de zapatos de marca. En su visita a media docena de talleres pudo constatar las malas condiciones laborales de las trabajadoras, mientras las dueñas de los talleres ilegales se enriquecían con los encargos de algunas de las principales firmas de calzado.

Una vez grabadas las negociaciones y plasmadas las irregularidades, Mercedes Milá acudía a la Inspección de Trabajo de la Comunidad Valenciana donde era recibida por el director territorial, Alejandro Patuel. Tras ofrecerle la información recabada por el programa, Patuel envió a los inspectores de trabajo que se personaron en dichos locales. Expedientaron a los distintos talleres ilegales remitiendo posteriormente la información a la Administración para que actuase en consecuencia.

Este reportaje, emitido en pleno verano, el 11 de agosto de 2010, a las 00:20 h, no tuvo tampoco un gran seguimiento, un 13,2% y 998.000 espectadores de media. Conviene señalar que en el cómputo del mes de agosto de 2010, Telecinco obtuvo un 13,3% de cuota de pantalla.

En la tabla que sigue podemos observar los últimos trece programas emitidos en esta etapa que hemos llamado de decadencia. Sólo tres lograron pasar del millón de espectadores. Tan sólo uno de ellos logró un dato por encima del 20% de *share*.

Reportaje	Fecha	Share	Espectadores
“Diario de... un verano en crisis”	2-09-09	14,5%	1.000.061
“Diario de... vecinos en pie de guerra”	26-11-09	20,2%	745.000
“Diario de... ancianos maltratados”	15-12-09	19,5%	1.501.000
“Diario de... rayados por la coca”	20-01-10	15,1%	1.334.000
“Diario de... una adopción en Haití”	5-02-10	10%	680.000
“Diario de... pedofilia en el instituto”	4-03-10	11,2%	666.000
“Diario de... <i>made in China</i> ”	2-06-10	14,6%	540.000
“Diario de... presos de una enfermedad mental”	9-06-10	10,2%	700.000
“Diario de... economía sumergida”	11-08-10	13,2%	998.000
“Diario de... supermercados de la estética”	18-08-10	12,1%	995.000
“Diario de... gitanos rumanos”	13-10-10	18,1%	587.000
“Diario de... la cocaína o mi hijo”	8-12-10	19,5%	811.000
“Diario de... menores violentos”	15-12-10	14,9%	785.000

(Tabla 16: los últimos trece programas de *Diario de...* emitidos en Telecinco.

Fuente: elaboración propia, según datos de Sofres Audiencia de Medios)

Es, en este momento, en los últimos meses del año 2010, cuando se empieza a vislumbrar por parte de la cadena y de la dirección del programa que es necesario un cambio.

7.3.9. Balance de la etapa

En esta primera época de *Diario de...*, que abarca desde 2004 a 2010, se emitieron sesenta y nueve reportajes presentados por Mercedes Milá. El programa consiguió mantenerse durante seis años en una cadena centrada y especializada en los contenidos de ficción y entretenimiento.

La relación de *Diario de...*, un programa de reportajes informativos, con una cadena, como Telecinco, enfocada casi al 100% al entretenimiento resultó desde un principio complicada. Eso se tradujo por un lado, en las notorias dificultades encontradas por el programa para hacerse un hueco en la parrilla y por otro, en el escaso valor que daba la cadena a los documentos periodísticos logrados por *Diario de...* De hecho, Mercedes Milá está convencida de que el programa no les

importaba. “Los directivos de la cadena muchísimas veces no veían el programa y, por lo tanto, no podían valorar lo que estábamos haciendo” (2015).

Los temas elegidos fueron en su mayoría sociales; historias basadas en denuncias ciudadanas. Más allá de lo que el periodismo de investigación clásico propugnaba, las corruptelas políticas y los asuntos económicos apenas se trataron. Hubo tres razones fundamentales. La primera, la convicción de la dirección del programa de que eran casos muy complejos de tratar en la televisión, la segunda, que los directivos de Telecinco estaban persuadidos de que eran temas que no tenían el respaldo de la audiencia y, la tercera, que el período entre 2004, hasta la llegada de la crisis económica, estuvo marcado por la tranquilidad institucional y la bonanza económica. Sobre este particular, Mark Wieting recuerda que cuando trabajaba en El Mundo TV los ciudadanos le pedían que hiciesen temas políticos, pero las cadenas no los querían.

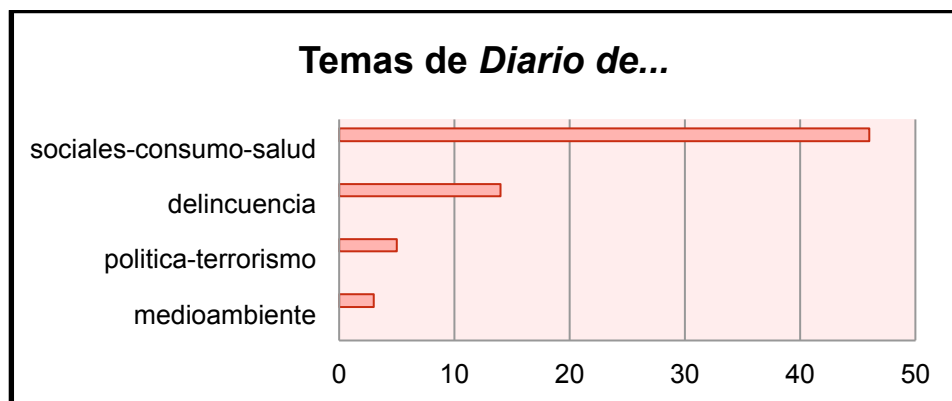
A nosotros sí nos decían: a ver cuando hacéis temas políticos. Yo creo que en estos momentos los temas políticos y económicos la gente los ve más, y ahora los haríamos. En aquellos años las cadenas no apostaban por ello [...] También puede ser culpa nuestra. Yo creo que si a la gente le presentas estos temas de una forma atractiva los vería (2015).

La temática elegida para los reportajes de *Diario de...* fue muy diversa, pero había preponderancia de los reportajes que englobamos en la categoría de sociales, en su mayoría de consumo y salud. Aquí entran desde el programa dedicado a la violencia de género, a otros con un enfoque más económico como el que trataba sobre el acoso a los morosos, o el que abordaba los problemas de custodia parental sobre los hijos. Una gran variedad de temas, casi siempre denunciados por los telespectadores, tratados con un enfoque humano y social. Hay que mencionar la importancia de los reportajes dedicados a los problemas de salud: clínicas ilegales, médicos intrusos, anorexia, enfermedades mentales, adicciones, entre otros.

También se le dio especial relevancia a los asuntos delincuenciales como la prostitución, las drogas o la inseguridad ciudadana. Los reportajes económicos no aparecen en este cuadro porque fueron tocados tangencialmente en reportajes como “el derrumbe del ladrillo” o el “*Made in China*”, pero en esencia los consideramos sociales y de consumo.

La política clásica o la corrupción apenas tuvieron prevalencia en ningún reportaje. Sí se trató la política ligada al terrorismo, o los extremismos radicales. Por

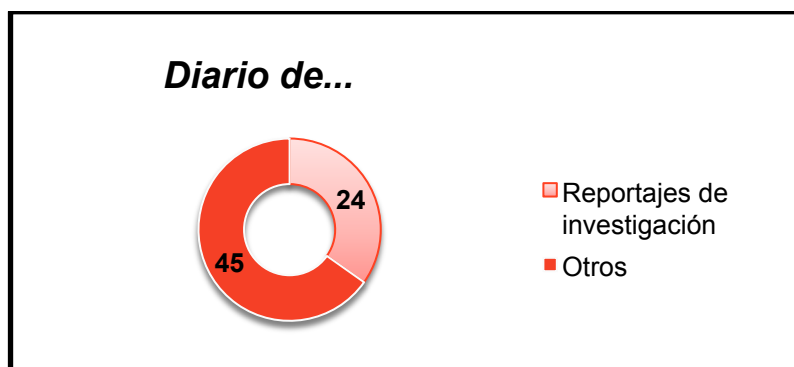
último, el medioambiente tuvo cierta presencia en el programa, con reportajes dedicados exclusivamente a ello y en otros como “Diario de... desobediencia civil”, en el que se dedicaron varios bloques al activismo de grupos ecologistas.



(Gráfico 8: clasificación por temática de los reportajes emitidos por *Diario de...* en Telecinco. Fuente: elaboración propia)

Al observar la temática de *Diario de...* conviene mencionar las palabras de Lalueza sobre la tendencia de la televisión a tratar temas de salud y consumo en contraposición a la visión más clásica de que los reportajes de investigación tienen como objetivo principal destapar las corruptelas de los gobiernos: “El auge de los reportajes de investigación centrados en temas de consumo responde a esta tendencia posibilista, que rompe con la visión mitificadora de la modalidad” (2003: 212).

Diario de... tenía la clara voluntad de denunciar e investigar, pero no siempre fue posible ya que las limitaciones temporales se lo impedían. Si tenemos en cuenta las características, ya mencionadas, que diferencian al periodismo de investigación del otro menos elaborado y más convencional, un 34% de los reportajes de *Diario de...* se pueden calificar como productos de investigación periodística.



(Gráfico 9: número de reportajes que englobamos en la categoría de programas de investigación. Fuente: elaboración propia)

Analizando uno por uno los programas, veinticuatro de los emitidos son trabajos que requieren de un tiempo de elaboración e indagación mayor (al menos un mes), aportan documentos inéditos y propios, revelan datos que alguien quería ocultar, ofrecen una información relevante y en ellos se emplean técnicas y métodos propios del periodismo de investigación. En no todos los casos se dan las cinco condiciones pero consideramos que con que reúnan al menos cuatro de ellas es suficiente como para poderlos catalogar dentro de esta modalidad.

Reportajes de investigación	Tiempo de elaboración	Documento inédito-propio	Desvelan algo oculto	Información relevante	Metodología propia
1. “Una amenaza: centrales nucleares”	X	X	X	X	X
2. “Una obsesión: la cirugía estética”	X	X	X	X	X
3. “Un enigma: la fórmula del tabaco”	X	X	X	X	X
4. “Bandas callejeras”	X	X		X	X
5. “Un contagio masivo”	X	X		X	X
6. “Los herederos del franquismo”	X	X		X	X
7. “El terrorista que asesinó a mi marido”	X	X		X	X
8. “Las mafias del sexo”	X	X	X	X	X
9. “Una obsesión: la belleza”	X	X		X	X
10. “El tabaco: enfrentados por la ley”	X	X	X	X	X
11. “Maltrato en la guardería”	X	X	X	X	X
12. “Contaminados”	X	X	X	X	X
13. “Cirugía clandestina”	X	X	X	X	X
14. “Sobrevivir en un cayuco”	X	X		X	X
15. “Perseguida por su maltratador”	X	X		X	X
16. “Tratantes de esclavos”	X	X	X	X	X
17. “Los extremos se odian”	X	X		X	X
18. “Bebés en venta”	X	X	X	X	X
19. “La justicia pierde los papeles”	X	X	X	X	X
20. “Las mafias de lo falso”	X	X	X	X	X
21. “Un impostor con bata blanca”	X	X	X	X	X
22. “Ancianos maltratados”	X	X	X	X	X
23. “Economía sumergida”	X	X	X	X	X
24. “Pedofilia en el instituto”	X	X	X	X	X

(Tabla 17: desglose de los reportajes de *Diario de...* que cumplen con los requisitos para ser considerados de investigación. Fuente: elaboración propia)

Todos los reportajes de la tabla 17 tienen, además, los cuatro factores que destaca Lalueza como identificadores de la especialidad. Para que un trabajo periodístico pueda ser considerado investigativo su información tiene que ser verificada, esencialmente inédita, de relevancia duradera y denunciadora (2010: 69).

Teniendo en cuenta que el programa estuvo seis años en antena, resultan unos cuatro al año de media. Esto quiere decir que *Diario de...* utilizaba el tiempo de producción asignado por la cadena para compaginar los reportajes más convencionales, que se tardaban menos en hacer, con aquellos que requerían de una investigación y necesitaban de más tiempo.

En algunos de estos reportajes de investigación se tomaron medidas legales contra los implicados o como resultado de las informaciones desveladas hubo algún tipo de consecuencia. En otros programas en donde no se consiguieron repercusiones tangibles el programa se conformó con dar a conocer una problemática social.

Lalueza señala que poco a poco los periodistas se han ido planteando objetivos más realistas en el periodismo de investigación. “Si no se puede cambiar aquello que está mal, conviene al menos que la audiencia esté advertida de ello y pueda obrar en consecuencia en defensa de sus intereses” (2003: 212).

Para la resolución de los casos, en algunos de ellos, existió la cooperación con las FCSE pero siempre de una manera bastante superficial. En la siguiente etapa de *Diario de...*, esta vez en Cuatro, veremos que esa colaboración irá en aumento.

La audiencia respaldó el programa en todas las etapas en las que hemos dividido *Diario de...*, si bien, podemos apreciar en la tabla que el *share* fue bajando a medida que iban pasando los años.

Etapas	Share	Nº de programas
Inicio (2004-2005)	25,9%	10 programas
Éxito y polémica (2005-2007)	23%	18 programas
Consolidación (2007-2009)	18,7%	28 programas
Decadencia (2009-2010)	14,8%	13 programas

(Tabla 18: audiencias globales de las diferentes etapas de *Diario de...*

Fuente: elaboración propia, según Sofres Audiencia de Medios)

El período de consolidación de *Diario de...* es el más largo y en el que más reportajes se ofrecieron y, por eso, el dato es menor, pero en la mayoría de los días fue el programa más visto de su franja horaria. En la etapa llamada de decadencia, a los inferiores porcentajes de *share* hay que añadir que bajó considerablemente el número de espectadores, en gran parte debido a los horarios de emisión.

El nacimiento de las cadenas privadas, la Sexta y Cuatro, se va notando progresivamente, sobre todo, a partir de 2007. De hecho, la audiencia media anual de Telecinco baja del 22,1% de 2004, al 14,6% de 2010. El Doctor en Ciencias de la Comunicación, Ricardo Vaca, en su estudio sobre el comportamiento de las

audiencias, aprecia claramente la fragmentación durante estos años: “La suma de las audiencias de los canales temáticos, Cuatro, La Sexta, y la oferta de emisoras locales ronda, en junio de 2009, el 35% de cuota de pantalla” (2009: 245).

TVE 1, Telecinco y Antena 3 TV sumaron en el ejercicio 2010 y, por primera vez en la historia de la televisión en España, el mínimo histórico anual al reunir 42,3% puntos de cuota; esto es, cuatro puntos menos que en el año 2009. España entraba de lleno en la dinámica marcada por la fragmentación de audiencias (Barlovento comunicación, 2010: 8).

7.4. *Diario de... denuncia tu causa (2011-2014)*

La cadena de televisión Cuatro nació a finales del 2005 con la pretensión de ser una televisión moderna y diferente al resto. “Tenía la vocación de ser un canal en abierto a la sociedad, que buscaba la complicidad de los espectadores a través de una oferta que abarcaba todos los géneros audiovisuales: información, series, programas de producción propia, ajena, magazines de humor, reportajes, concursos y formatos que fusionan el documental y la realidad” (González, 2007: 11).

El periodista Iñaki Gabilondo, encargado de realizar el discurso de inauguración, fue el principal referente, y la información una de las señas de identidad de Cuatro. La redacción de informativos se surtió de periodistas de la cadena *SER* y de *El País*. El jefe adjunto del periódico, José María Izquierdo, fue designado director de los informativos de Sogecable¹³⁷. Además, periodistas como Carles Francino o Àngels Barceló, compaginaban su trabajo en la emisora de radio con la nueva cadena; presentaron junto Iñaki Gabilondo y Jon Sistiaga un programa llamado *Cuatro X Cuatro*.

Desde su origen Cuatro buscó el prestigio, la credibilidad pero también ser una televisión entretenida. En su parrilla encontramos magazines como: *Las mañanas de cuatro*, *Chanel Nº4*, *Noche Hache*, *Maracanà 05*, *El Hormiguero*, y varias series de ficción norteamericanas de mucho éxito: *House*, *Medium* o *Anatomía de Grey*. A los tres años de su implantación un estudio de imagen de GECA afirmaba que “el éxito de audiencia de sus apuestas, variada, diferencial y

¹³⁷ Sogecable grupo de televisión de pago en España, fundado en 1989. Fue el pionero en la introducción de sistemas interactivos y principalmente de la Televisión Digital en España.

entretenida, convierte a Cuatro en la cadena más aplaudida por su catálogo de series extranjeras, *realities* y espacios de actualidad” (www.abc.es, 30-9-2008).

Además de por una programación entretenida, Cuatro también quiso diferenciarse del resto de las cadenas con una imagen de marca muy definida. No resulta fácil conseguir que una televisión tenga una identidad y eso se puede lograr, como dice Enrique Bustamante, gracias a la combinación de diferentes elementos:

La imagen de cadena, el *habillage* en una curiosa terminología francesa, incluye no sólo la autopromoción de determinados programas futuros, sino también los logotipos, colores, caretas de corte de los programas, “moscas” y hasta carta de ajuste. Más allá de la propia televisión, esa identidad es reforzada por la publicidad o la presencia en otros medios de comunicación y soportes. Y pretende siempre construir una oferta coherente de promesas que guiarán toda la promoción y venta de cadena entre públicos y anunciantes (Bustamante, 2004: 210).

Cuatro quiso poner en marcha esa idea, y para ello, los directivos “apostaron por la construcción de marca de cadena desde un principio porque lo veían como una oportunidad en la obtención de la diferenciación. La marca Cuatro debía añadir valor al contenido mediante la manifestación de una nueva forma de presentar la programación, de comunicarse con la audiencia, apostando por la construcción de la marca desde todas las perspectivas” (González, 2007: 12).

Además, Cuatro se dirigía al público que más aprecian los anunciantes; es decir, aquellos espectadores de 16 a 54 años, de clase media y alta y residentes en poblaciones de más de 10.000 habitantes. Los estudios de investigación sobre imagen y valoración de contenidos realizados por *Millward Brown y Appen* concluían que en su primer año de emisión Cuatro se convirtió en “la televisión más valorada, tanto por la novedad de sus contenidos como por su perfil comercial” (www.elpais.com, 7-11-2006).

Esta estrategia de cadena le sirvió para irrumpir con fuerza en el mercado televisivo. Como se observa en la tabla 19 los datos de audiencia de Cuatro fueron creciendo año a año, alcanzando en 2008 su máximo histórico con un 8,6% de media. La emisión de la Eurocopa de fútbol de 2008, ganada por España, le otorgó el liderato ese mes de junio con un 13,1% de *share*. Fue la primera y única vez en su corta historia que lograba ser líder en el cómputo de un mes.

Año	Enero	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agos	Sep	Oct	Nov	Dic	Anual
2005	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4,2%	4,9%	0,8%
2006	5,0%	5,3%	5,6%	5,8%	6,2%	7,5%	7,1%	6,8%	6,5%	6,7%	7,0%	7,2%	6,4%
2007	7,5%	7,5%	7,7%	7,8%	8,1%	8,1%	7,8%	7,3%	7,2%	7,4%	7,8%	7,8%	7,7%
2008	8,3%	8,6%	8,7%	9,1%	7,8%	13,1%	8,0%	7,6%	7,7%	7,5%	8,2%	8,4%	8,6%
2009	8,5%	9,0%	9,0%	9,0%	8,6%	8,9%	7,5%	7,5%	7,4%	7,9%	7,8%	7,6%	8,3%
2010	7,3%	6,3%	6,7%	6,9%	6,5%	8,6%	7,7%	7,2%	7,5%	7,0%	6,6%	6,5%	7,0%

(Tabla 19: audiencia de Cuatro desde su nacimiento hasta la fusión con Telecinco.

Fuente: Sofres Audiencia de Medios)

En 2008 Cuatro tocó techo. Desde entonces su audiencia media fue decreciendo. Eso provocó un cambio en los contenidos y, sobre todo, en la estrategia de programación que fue decantándose paulatinamente hacia el espectáculo. Nacieron programas como el docudrama *Hermano Mayor*, el *reality Granjero busca esposa* o el *talent show Fama, ¡a bailar!*. Como consecuencia de esta tendencia los contenidos más informativos fueron perdiendo importancia progresivamente.

En diciembre de 2009 se produjo un hecho que marcaría el devenir de la cadena y de *Diario de...* Se firmó el acuerdo entre Mediaset y Sogecable para la fusión de Telecinco y Cuatro. Era la primera vez que dos canales de televisión privados españoles completaban un proceso de concentración empresarial¹³⁸.

En enero de 2010, Iñaki Gabilondo abandonaba la cadena para recalar en el canal de noticias CNN+¹³⁹. Otros periodistas provenientes del grupo PRISA, como los mencionados anteriormente José María Izquierdo, Ángels Barceló o Carles Francino habían ido dejando Cuatro sucesivamente. Los que habían sido estandartes de la información en la cadena se habían marchado.

Sin embargo, no fue hasta finales de 2010, cuando la Comisión Nacional de Competencia (CNC) dio el visto bueno a la operación. Tras la fusión, en la rejilla de la cadena los espectadores podían encontrar series de ficción, magazines,

¹³⁸ El acuerdo entre Mediaset y Telecinco, y PRISA y Sogecable para la venta del 100% del capital social de Cuatro fue firmado el 18 de diciembre de 2009.

¹³⁹ CNN+ desapareció en diciembre de 2010. El único canal de noticias en español privado fue relevado por la emisión de un canal de 24 horas de *Gran Hermano*.

concursos, pero también había hueco para los programas de información y de reportajes. Mediaset mantenía en Cuatro, formatos que habían tenido mucho éxito y seguían teniéndolo, como *Callejeros*, *21 días*, *Conexión Samanta* y otros menos conocidos como *REC*. *Callejeros* había sido un referente para la cadena desde su nacimiento y disfrutaba del respaldo de la audiencia y de la crítica; fue un programa de reportajes que creó tendencia. Se basaba en la presencia en pantalla del reportero como testigo de situaciones impactantes que se mostraban casi en bruto al telespectador. En sus ocho temporadas en antena (2005-2013) ganó un premio Ondas, cinco TP de oro y cuatro premios de la Academia de TV.

21 días era un programa que ofrecía reportajes con un enfoque diferente que resultó atractivo para el público. El lema del programa era una declaración de intenciones: “Hay problemas que sólo se entienden cuando se viven en la propia piel y como no es lo mismo contarlos que vivirlos voy a [...] durante 21 días”. La periodista, en la primera etapa, Samanta Villar, y luego, Adela Ucar, experimentaba durante tres semanas cómo era vivir sin comer nada, se ponía en la piel de un boxeador o convivía con la tripulación de un barco pesquero 21 días. La intención era que la reportera viviera y narrara esa experiencia.

Fue entonces, a principios de 2011, cuando la empresa consideró que *Diario de...* podía formar parte de la nueva programación de Cuatro. Los directivos entendían que sus contenidos se ajustaban mejor a la imagen que todavía proyectaba esa emisora. A pesar de que Mercedes Milá era una de las presentadoras de Telecinco, por su participación en *Gran Hermano*, la idea del grupo Mediaset era fomentar las sinergias entre ambas cadenas y que el trabajo fuera transversal.

7.4.1. Un nuevo formato para Cuatro

La llegada de *Diario de...* a Cuatro se produjo en Marzo de 2011. Hay que recordar que ese año, la industria televisiva estaba sufriendo las peores consecuencias de la crisis económica y estaba en pleno proceso de readaptación de su modelo de negocio. La inversión publicitaria cayó en torno al 10%, alrededor de 200 millones de euros menos que el año anterior (Barlovento comunicación, 2011: 4).

En este contexto, la dirección de Mediaset le trasmite a la dirección de *Diario de...* que el programa necesita unos retoques. El primer cambio importante es que pasa a emitirse semanalmente. Como es obvio, la periodicidad en la emisión es clave para un espacio de reportajes, lo condiciona todo, y por eso desde la dirección se plantearon modificaciones sustanciales que afectaron al formato:

1/ Cambiar el título. El nuevo espacio pasa a llamarse *Diario de... denuncia tu causa*. A veces, los títulos de los programas no reflejan su contenido, en cambio, esta vez se pretendía que el enunciado dejara bien definidas las intenciones del formato. Se buscaba que el ciudadano participase, era una llamada para que el telespectador interactuase con el programa.



(Figura 135: logotipo con el nuevo título del programa *Diario de... denuncia tu causa*. Fuente: Cuatro)

En la nota de prensa enviada a los distintos medios se explicaban los objetivos del renovado *Diario de...* Se informaba de que las denuncias de los telespectadores serían el motor del programa, cuya ambición era acercarse a los problemas de la gente y poner en evidencia a los causantes de los mismos. “Mercedes Milá y su equipo abordarán diferentes y conmovedoras historias relatadas con su sello personal. Bajo el lema ‘Tú denuncias, nosotros respondemos’ el programa pretende actuar como resorte ante las injusticias y servir de altavoz para los que han sido silenciados¹⁴⁰ (Cuatro, 11-4-2011).

2/ Ofrecer varias historias. En lugar de ser un reportaje en profundidad sobre un sólo tema, se tratarían tres o cuatro casos diferentes de manera más superficial. Esto cambiaba por completo el concepto del programa. Aunque sólo fuera por la

¹⁴⁰ La nota de prensa se adjunta en el anexo 13.2.9.

extensión dedicada a los temas, sería muy complicado producir reportajes de investigación con la profundidad que se realizaban antes.

La duración de cada reportaje oscilaba en función de la importancia de cada historia. El primero podía llegar a alcanzar los veinticinco minutos, y los otros dos o tres temas se repartían el tiempo restante hasta completar cincuenta minutos aproximadamente. No había un criterio fijo e inamovible, variaba en cada programa.

3/ Ser un altavoz para los ciudadanos. La idea era que *Diario de... denuncia tu causa* le fuera útil a la gente. Algo que ya se había experimentado con el genuino *Diario de...*, pero que aquí se quería fomentar mucho más. En este nuevo formato tendrían cabida algunas de las quejas de los ciudadanos que antes no se trataban porque no tenían suficiente enjundia o importancia como para realizar cuarenta y cinco minutos de reportaje.

Con el nuevo formato el protagonismo lo tendrían los denunciantes. El objetivo era que la persona que tenía el problema se implicara y sirviera de hilo conductor para contar su historia personal. Para ello se habilitó otra dirección de correo diariode@cuatro.com, a la que llegaban decenas de denuncias diarias. Mercedes Milá terminaba las entradillas de introducción y conclusión del programa expresando el lema “Tú denuncias y nosotros respondemos”.



(Figura 136: entradilla de Mercedes Milá con el lema “Denuncia tu causa”, integrado en la imagen. Fuente: Cuatro)

4/ Realizar un periodismo de denuncia. El carácter mensual del original *Diario de...* le daba la posibilidad de afrontar temas con cierto margen de tiempo y, por consiguiente, de profundizar, analizar y desarrollar convenientemente los reportajes. Ahora, con estas limitaciones temporales, el programa se centraría en lo que denominamos el periodismo de denuncia. Serían reportajes que desarrollarían

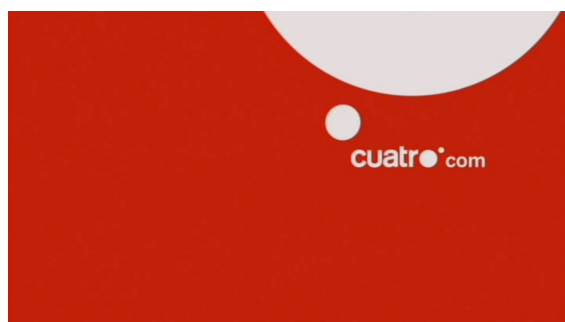
historias más personales, originadas, en multitud de ocasiones, por la denuncia llegada a la redacción.

Diario de... denuncia tu causa, en la gran mayoría de las ocasiones, se limitaba a mostrar situaciones concretas; delitos particulares, conflictos individuales, polémicas coyunturales. No aspiraba a abarcar mucho más. La única forma que encontró de profundizar en los temas fue serializar aquellas historias que podían tener continuidad informativa.

5/ Cooperar con la policía. En esta nueva andadura de *Diario de...* la dirección del programa se fijó el objetivo de colaborar más estrechamente con las FCSE para que las denuncias de los ciudadanos tuvieran un resultado tangible. El objetivo era que la denuncia no se quedara en una mera exposición del hecho, sino que tuviera consecuencias legales.

6/ Seguir más de cerca la actualidad. La periodicidad semanal y la seguridad de una emisión continuada permitían a la dirección del programa tratar temas de actualidad informativa. *Diario de... denuncia tu causa* quería estar más pendiente de los problemas cotidianos de los ciudadanos en un momento en el que la crisis económica golpeaba muy duramente a los españoles.

7/ Retomar la realización más efectista. La llegada de un nuevo realizador, Pepe Pulido –formó parte del equipo de realización de Telecinco que diseñó la línea gráfica en el inicio de *Diario de...*–, hizo que se retomaran algunos planteamientos de la primera etapa de *Diario de...* Por ejemplo, los colores rojo, anaranjado y azul volvieron a cobrar el protagonismo perdido en la gama cromática del programa. El objetivo también era estar en concordancia con la imagen de la cadena como se puede apreciar en las dos figuras siguientes.



(Figura 137: logotipo de Cuatro en el año 2011.
Fuente: Cuatro)



(Figura 138: carátula de salida de *Diario de... denuncia tu causa*. Fuente: Cuatro)

El montaje recobra el ritmo más dinámico y efectista de los primeros años. En general la realización del programa vuelve a sus orígenes. Se cuentan las cosas más rápido y de manera más impactante.

El tiempo del que se disponía influía decisivamente a la hora de cuidar más o menos la imagen. Cuando se tratan contenidos de actualidad la realización se ve afectada. Muchos de los aspectos que se cuidaban con mucho detalle en la anterior etapa ahora se iban a obviar. Por ejemplo, las músicas utilizadas en los reportajes no estaban compuestas *ad hoc* para cada programa. Se comenzaron a emplear las típicas colecciones musicales de biblioteca.

8/ Cambiar la estructura del programa. Al tener varias historias que desarrollar, la antigua estructura dramática fragmentada ya no tenía sentido. Cada reportaje se narraba de manera independiente. Además, por orden de los directivos de la cadena, los temas se jerarquizaban de mayor a menor importancia, recuperando la estructura de pirámide invertida.

El espacio se organizaba ofreciendo los asuntos de mayor relevancia al principio y dejando para el final los menos trascendentes. Así, en el programa número dos de la segunda temporada, encontramos como primer tema las consecuencias del terremoto de Lorca (Murcia), ocurrido en julio de 2011, le seguía un reportaje sobre las novatadas en los colegios mayores y se concluía con una serie de denuncias sobre estafas laborales.

9/ Seguir utilizando las técnicas detectivescas. La cámara oculta continuó siendo una herramienta fundamental para algunos de los temas. La ocultación de la identidad también se empleó en bastantes reportajes.

En el análisis de los diferentes programas hemos encontrado un hecho diferenciador más recurrente en esta etapa que en la anterior. Cada vez, con más asiduidad, era el propio denunciante el que utilizaba la cámara oculta para registrar lo que le estaba sucediendo. Sirvan como ejemplos, el caso de un moroso que estaba siendo acosado por una empresa de cobros, la camarera que sufría los tocamientos constantes de su jefe, o el enfermero que veía el maltrato diario a los ancianos.

La implicación del denunciante en los reportajes tenía varias ventajas que el programa quiso explotar:

A/ Se reforzaba la verosimilitud de la denuncia. El ciudadano que estaba dispuesto a acreditar lo que denunciaba con una cámara oculta ofrecía una cierta garantía de credibilidad. Lógicamente, siempre se está expuesto al engaño del denunciante, pero la experiencia indicaba que si había tanta implicación era por algún motivo de peso.

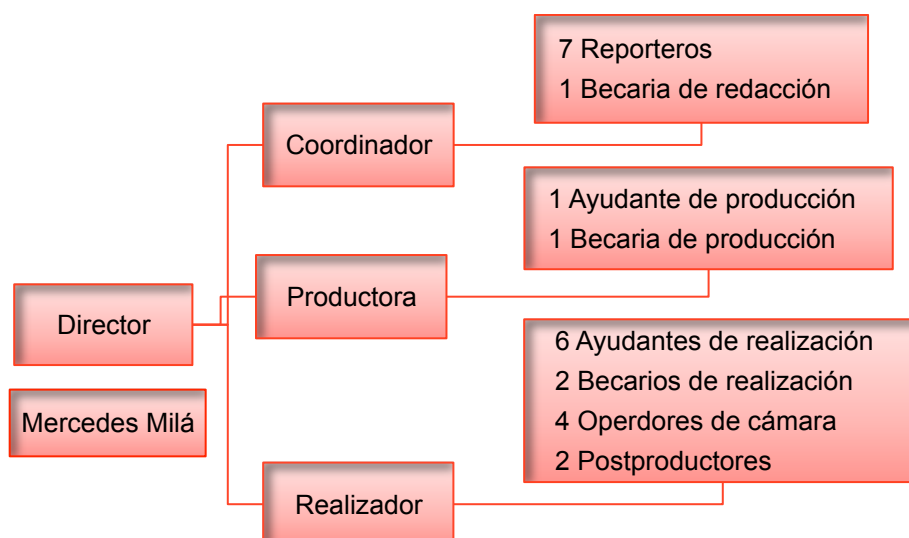
B/ Posibilitaba una situación mucho más creíble. El denunciante solía repetir una experiencia que ya había vivido o que estaba viviendo. Ese fue el caso, por ejemplo, de un minusválido físico que denunciaba las condiciones del centro donde residía.

C/ El denunciado nunca sospecharía de nada. Difícilmente un empresario pensaría que su empleado llevaría una cámara oculta para registrar el acoso al que estaba siendo sometido; o un médico imaginaría que su paciente le estaba grabando la cita en la consulta.

D/ Legalmente el programa estaba más protegido. El periodista no tenía que engañar y ocultar su identidad para poder conseguir la información. Era el demandante interesado el que aportaba esas imágenes.

Otro de los cambios significativos se produjo en la composición del equipo. Fue necesario reforzar las distintas secciones de la redacción para poder responder a los planes de producción. Se pasó de dieciséis a veintinueve personas, casi el doble, un incremento considerable.

Esta ampliación de personal permitió al programa no renunciar completamente a la investigación. De hecho, cuando una denuncia lo requería se ponían los medios necesarios para que se hiciera un reportaje más extenso y parecido a los de la anterior etapa.



(Gráfico 10: organigrama del equipo de *Diario de... denuncia tu causa*. Fuente: elaboración propia)

Diario de...denuncia tu causa se emitió durante tres años en Cuatro, de manera semanal. En total se realizaron sesenta y ocho programas. Dividiremos la vida del espacio en tres períodos.

7.4.2. Primera etapa: la reinención de *Diario de...* (2011-2012)

Esta primera etapa la conforman las dos primeras temporadas. El encargo de los nuevos responsables de Cuatro era que había que producir catorce programas por temporada de unos cincuenta minutos cada uno. En este período se emitieron un total de veintiocho. El nuevo espacio se programó los lunes tras una película de duración indeterminada.

La primera temporada del *Diario de...denuncia tu causa* comenzó a emitirse el lunes 11 de abril de 2011. A pesar de que era un programa de estreno, y que Mercedes Milá hacía su presentación en una nueva cadena del grupo Mediaset, los programadores consideraron que las 00:44 h era la hora apropiada para inaugurar la nueva etapa. Otra vez, como sucediera en el anterior período, *Diario de...* sufría la falta de confianza de los encargados de hacer la rejilla. Y es que, tras la fusión, los mismos programadores de Telecinco eran ahora los encargados de confeccionar la parrilla de Cuatro. Patricia Marco, que había estado al frente del departamento de programación de Telecinco, sería tras la fusión con Cuatro, la directora de antena de Mediaset.

Los contenidos del primer programa reflejaban la idea de lo que pretendía ser el nuevo *Diario de...* Había un primer tema, cuya denuncia más impactante y tratada más en profundidad llevaba el peso del formato, y otras dos o tres, de menor importancia, que lo completaban.

En este caso el reportaje de apertura trataba sobre los abusos sexuales de un sacerdote a sus alumnos. Gracias a la denuncia y a la implicación de dos antiguos estudiantes de un colegio religioso, el programa daba cuenta de las vejaciones sexuales que se producían en el interior de las aulas de esa escuela. Según los estudiantes, un fraile les sometió a todo tipo de abusos durante su etapa colegial. *Diario de...* localizó al cura y descubrió que seguía trabajando en campamentos rodeado de niños.

Lo llamativo de este reportaje es que los dos afectados decidieron enfrentarse cara a cara con el cura, y, portando dos cámaras ocultas, consiguieron que el religioso reconociese los abusos. Que los implicados grabasen lo que denunciaban, fue un recurso utilizado en bastantes ocasiones durante esta etapa. Ante la pregunta del ex alumno ¿usted abusó alguna vez de algún niño?, la contestación del cura fue afirmativa como se aprecia en la figura 139.



(Figura 139: el sacerdote reconoce a los afectados que abusó de ellos. Fuente: Cuatro)



(Figura 140: el cura asegura que se arrepiente de haber abusado de niños. Fuente: Cuatro)

Esta clase de temas, por el modo en que se originaban, su extensión y tratamiento los calificaríamos como reportajes de denuncia pública, a través de la televisión. No llegaban a formar parte del periodismo de investigación porque se limitaban a reflejar una denuncia muy grave, pero muy concreta que no llegó a tener repercusiones de ningún tipo. En este caso hubiera sido necesario contextualizar el problema y analizar si de verdad existieron, de una manera más o menos

generalizada, los abusos sexuales de miembros de la Iglesia en las escuelas españolas.

Es difícil establecer una clara línea divisoria entre el periodismo de denuncia y el de investigación. No obstante, Lalueza marca la diferencia en la metodología y el tiempo empleado por uno y otro tipo de periodismo. Además, asegura que la denuncia no siempre implica una investigación periodística. “En aquellos casos en los que existe una verdadera denuncia, este factor no basta, por si sólo, para configurar un trabajo perteneciente a la modalidad investigadora, dado que se trata de un factor necesario, pero no suficiente” (Lalueza, 2003: 190).

Es cierto que en este caso el programa le dio continuidad al tema con otros reportajes en las semanas siguientes. Al hacer pública la denuncia aparecieron más víctimas de estos abusos. Llegaron al programa correos de otros antiguos alumnos que atestiguaban haber pasado por lo mismo. Por este motivo *Diario de... denuncia tu causa* focalizó sus esfuerzos en hacerle ver a la congregación religiosa, a la que pertenecía el cura, que éste no debía seguir trabajando con niños.

La segunda historia de este primer programa relataba una realidad cada vez más frecuente, derivada de la crisis económica, y que trastornaba la vida de aquellos que la sufrían: la ocupación a la fuerza de viviendas habitadas.

Por último, el tercer tema mostraba los procedimientos engañosos y fraudulentos de los brujos africanos que se anunciaban en la prensa. Con métodos basados en la superchería barata aseguraban curar desde la impotencia hasta el cáncer más agresivo.

Este primer programa obtuvo un 7,4% de audiencia media y 446.000 espectadores. Un dato muy bajo si los comparamos con los conseguidos en Telecinco. Sin embargo, la interpretación de este dato hay que valorarlo en función de la cadena en la que se emitía. La media de Cuatro ese día fue de un 6,3%. *Diario de... denuncia tu causa* perdió en su enfrentamiento con los programas de las cadenas más vistas, Telecinco, Antena 3 TV y TVE 1, pero superó a su verdadero competidor, *El programa de Buenafuente* de La Sexta, que registró un 5,4%.

7.4.2.1. “Tú denuncias y nosotros respondemos”

El lema “Tú denuncias, nosotros respondemos” fue el motor que hizo carburar el programa durante sus tres años de vida. Había días que se recibían decenas de correos de personas que tenían algo que reclamar. Tras un filtro muy considerable, podría haber entre veinticinco o treinta denuncias potencialmente interesantes. Los remitentes no eran sólo ciudadanos descontentos, llegaban también informaciones que podían ser muy aprovechables. El programa tenía su principal fuente de información en los telespectadores y a partir de ahí se ponía en funcionamiento la investigación periodística.

En el programa *Diario de...* existe una denuncia de la realidad, ya sea promovida por la denuncia de un particular o detectada a nivel social (el excesivo precio de la vivienda, la injusticia de los desahucios) Y los periodistas, como un elemento más del relato, conducen el reportaje hasta que logran desmenuzar la trama y dar con el culpable (Fernández Jara, 2013: 285).

Así, con una denuncia, es como se empezó a gestar uno de los pocos trabajos que podemos calificar como de investigación en esta nueva etapa de *Diario de...* Se trató de un reportaje sobre el funcionamiento de una residencia de ancianos en Gran Canaria. Un empleado del centro advirtió, mediante un correo, del maltrato que recibían los usuarios. El programa envió a una reportera para comprobarlo y con su cámara oculta grabó durante dos semanas negligencias de todo tipo; ancianos atados a las sillas, empleadas sin titulación, residentes abandonados durante todo el día en sus habitaciones, etcétera. Se trataba, además de una residencia clandestina, ya que no tenía los permisos necesarios para estar abierta. Tras denunciar estos hechos a la Consejería de Bienestar Social del Gobierno Canario, mandaron una inspección que comprobó todo lo que había denunciado el programa. Mercedes Milá también protagonizó uno de los típicos “asaltos” a la residencia constatando, entre otras cosas, que algunos trabajadores no estaban dados de alta en la Seguridad Social y que muchos medicamentos estaban caducados. A las pocas semanas, se decretó el cierre cautelar del centro. El fiscal acusó a los dos dueños de la residencia de someter a condiciones inhumanas a dieciocho ancianos y de abusar sexualmente de una residente.



(Figura 141: momento en el que una empleada ayuda a una residente a la silla. Fuente: Cuatro)



(Figura 142: Mercedes Milá encuentra medicamentos caducados. Fuente: Cuatro)

Este *Diario de... denuncia tu causa* estaba programado para el 9 de mayo de 2011, pero un juez paralizó cautelarmente la emisión ante la denuncia de los dueños de la residencia. Tras la reclamación de Cuatro y la revisión por parte del juez del contenido del reportaje, éste autorizó la emisión del programa por considerarlo de interés público. La emisión definitiva tuvo lugar el 23 de mayo de 2011, a la 01:16 h. El programa tuvo el dato de *share* más alto de la cadena, en ese día, con un 10,8%, pero con pocos espectadores, 482.000 de media, a causa del horario fijado.

Una de las ventajas que tenía la emisión semanal era que el programa podía serializar sus temas más importantes. En el caso de la residencia de ancianos de Canarias, *Diario de...* siguió la evolución de los acontecimientos. A las tres semanas volvió a tratar la denuncia, ya que algunos trabajadores y familiares de ancianos denunciaban que habían sufrido las represalias de los dueños de la residencia.

El tiempo y los recursos empleados, la utilización de las prácticas detectivescas de manera justificada, los descubrimientos realizados por el programa y la repercusiones que tuvo el reportaje nos parecen razones suficientes para considerar el trabajo como de investigación periodística.

Uno de los temas más impactantes de esta nueva etapa de *Diario de...* fue el caso del psicólogo que se masturbaba mientras psicoanalizaba a sus pacientes. Dos mujeres escribieron al programa afirmando que habían descubierto al especialista tocándose mientras ellas le contaban sus problemas de inhibición sexual. Las chicas estaban muy dolidas por su caso, pero, sobre todo, temían que pudiera ser una práctica habitual y les preocupaba que otras chicas pudieran sufrirlo. El planteamiento del programa fue idéntico, tratar de evitar que siguiera haciendo lo mismo. Primero, cotejamos de quien se trataba; un psicólogo colegiado en Sevilla y profesor de universidad y, segundo, nos reunimos para analizar los pros y los

contras de investigar su actitud. La dirección del programa decidió enviar a una reportera a la consulta de este psicólogo para comprobar si la denuncia era cierta.

La periodista acudió a la cita portando una cámara oculta. La primera sesión fue de mero tanteo, pero en la segunda confirmó, taxativamente, la denuncia de las pacientes. Mientras la reportera, tumbada en una camilla, relataba sus problemas, el psicólogo, sentado detrás de ella, se masturbaba descaradamente. La cámara oculta pudo captarlo sin lugar a dudas. Las pruebas visuales eran muy reveladoras y acompañadas del testimonio de varias mujeres que lo habían sufrido, eran suficientes para poder denunciar el comportamiento de este individuo.



(Figura 143: testimonio de las denunciadas por el psicólogo. Fuente: Cuatro)



(Figura 144: psicólogo masturbándose mientras pasaba consulta. Fuente: Cuatro)

Los efectos que suelen generar estos reportajes de denuncia para los estafadores, abusadores o intrusos son multiplicadores. Como han ido dejando un reguero de víctimas allí por donde han ido, éstas al ver el reportaje, le reconocen y se atreven a denunciarle públicamente. Y eso fue lo que pasó con este psicólogo. Además, algunos compañeros de profesión, como el psicólogo clínico Javier Rodríguez, también manifestaron que este hombre era conocido por ser un perverso.



(Figura 145: entrevista a Javier Rodríguez, psicólogo clínico. Fuente: Cuatro)



(Figura 146: entrevista a otra víctima del psicólogo. Fuente: Cuatro)

El Colegio Oficial de Psicología de Andalucía Occidental envió un comunicado al programa anunciando el inicio de un expediente encaminado a la confirmación o no de los hechos y “lamentando que se hubiera producido una situación tan censurable y carente de profesionalidad como la reflejada en el citado reportaje, con un grave perjuicio a las personas afectadas y a la profesión en su conjunto”¹⁴¹ (Cuatro, 21-6-2011).

Es uno de los reportajes que englobaríamos entre los de denuncia, porque el principal objetivo del programa fue atender la petición de estas mujeres y así evitar que el psicólogo siguiera haciendo lo mismo con otras pacientes. Dar a conocer un problema que afectaba a un número reducido de personas, pero alertar a la sociedad de estas prácticas. Por otra parte sería muy hipócrita si no reconociésemos el morbo que suscita en el espectador un tema de estas características. El programa tuvo un 10,1% *share*, con 692.000 espectadores. Se emitió a las 00:43 h del 20 de junio de 2011.

A pesar de los horarios de emisión, en algunas ocasiones el programa merecía la atención de los críticos televisivos. Ferrán Monegal se refirió al programa, en su columna de *El Periódico de Cataluña*, en los siguientes términos:

Este giro que está dando Merceditas a su *Diario de...* es interesante. ‘Ustedes denuncien, que nosotros actuaremos’, exclama como lema y método de trabajo. No es criticable. Ni siquiera reprochable. Es útil. Hace dos meses mostró, y denunció, la existencia de una infecta residencia de ancianos en Canarias. Y gracias a ese trabajo la residencia ha sido cerrada y los propietarios, detenidos. A este psicólogo masturbador podrían acomodarlo en la jaula de los mandriles del zoo de Sevilla. Es su sitio (Monegal, 6-7-2011).

En esta primera etapa el programa se estabilizó y se consolidó como un espacio de denuncia bajo el lema “Tú denuncias, nosotros respondemos”. En la mayoría de los casos los reportajes se pueden calificar como periodismo de denuncia. A continuación mostramos los catorce programas emitidos en la primera temporada de *Diario de...denuncia tu causa*. En la tabla 20 desglosamos el título de los reportajes que se hicieron en cada capítulo para que podamos comprobar cual era la temática que se abordaba en cada uno de ellos.

¹⁴¹ Este comunicado se puede consultar completo en el anexo 13.2.10.

Programa	Reportajes	Fecha	Share
1º Programa	“Abusos sexuales de un cura” “Mafias de la ocupación” “Santeros milagrosos”	11-4-11	7,6%
2º Programa	“Abusos sexuales de un chamán” “Abusos sexuales de un cura 2” “Ocupas en Sevilla” “Perros maltratados”	18-4-11	8,1%
3º Programa	“Consulta dental en una iglesia” “Drogas y delincuencia en Salt” “Talleres textiles ilegales” “Una convivencia imposible” “La Cañada Real”	25-4-11	8,2%
4º Programa	Especial “Infancias violadas”	2-5-11	7,4%
5º Programa	Especial “Desahuciados”	9-5-11	6,3
6º Programa	“El fraude del censo electoral” “Trasplante de cabello” “Porteros de discoteca matones”	16-5-11	9,7%
7º Programa	“Residencia de ancianos clandestina” “Abusos sexuales de un cura 3” “Antenas peligrosas” “Las inmatriculaciones de la iglesia”	23-5-11	10,8%
8º Programa	“Falsificadores de moneda” “Solidaridad minusválidos psíquicos” “Matrimonios de conveniencia” “Mafias de la ocupación 2” “Abusos sexuales de un chamán 2”	30-5-11	6,3 %
9º Programa	“Falsificadores de marcas” “El fraude del PER” “Residencia de ancianos clandestina 2 ” “Bebés robados” “Una ONG desahuciada”	6-6-11	7.8%
10º Programa	“Traficantes y toxicómanos en el barrio” “El negocio del robo de cobre” “Adictas al tarot” “Dentista ilegal” “Discapacitados desalojados”	13-6-11	8%
11º Programa	“El psicólogo onanista” “El negocio de la ocupación” “Maltrato animal” “Tráfico ilegal de sustancias dopantes”	20-6-11	10,1%
12º Programa	Especial “Traficantes de mujeres”	27-6-11	7,5%
13º Programa	“El psicólogo onanista 2” “Acosados por las deudas” “Taxistas piratas” “Trapicheo de droga en el colegio”	4-7-11	7,3 %
14º Programa	“Consulta dental en una iglesia 2” “Comida basura en un restaurante” “Sanar la homosexualidad” “Una fisioterapeuta que cura el cáncer” “Supervivientes del derrumbe”	11-7-11	7,7%

(Tabla 20: programas emitidos en la 1ª temporada de *Diario de... denuncia tu causa*.

Fuente: elaboración propia, según datos de Kantar Media)

Si analizamos la temática de la primera temporada comprobaremos que tienen especial incidencia los asuntos de carácter sexual (abusos a menores, abusos de médicos o curanderos a sus pacientes), diferentes tipos de maltratos (ancianos o animales), los temas delincuenciales (droga, prostitución, falsificaciones, robo de cobre), el intrusismo médico y los conflictos vecinales.

Son, la mayoría, asuntos que apelan a la emotividad, historias sensacionalistas que buscan impactar. Generalmente se consideran sensacionalistas aquellos programas cuyo contenido se centra en asuntos relacionados con la delincuencia, accidentes, desastres o escándalos (Grabe citado por León, 2010: 24).

Cada programa tenía diferentes reportajes, independientes unos de otros, pero en las semanas siguientes se podían retomar los asuntos que generaban una continuidad informativa. Es el caso de la residencia de ancianos, el psicólogo onanista, las mafias de la ocupación o del intrusismo profesional.

En esta temporada se hicieron tres reportajes especiales que profundizaban en un solo tema: “Infancias violadas”, sobre el abuso sexual a menores, “Desahuciados”, sobre el drama de los lanzamientos judiciales que sufrían millones de ciudadanos en esos momentos y “Traficantes de mujeres”, sobre la trata de blancas en Paraguay.

En la segunda temporada se emitieron catorce programas y el criterio siguió siendo el mismo. Un reportaje inicial en el que se profundizaba más sobre alguna de las denuncias recibidas y otras dos o tres historias sobre temas sociales. Quizá el reportaje que podemos encuadrar dentro del periodismo de investigación fue el que desveló las irregularidades del jefe de la policía local de Valdemorillo (Madrid). Tras recibir una denuncia que señalaba el comportamiento caciquil de este funcionario, el programa comenzó una investigación que duró tres meses y que acabó con la inhabilitación del policía. “Destituido el jefe de policía de Valdemorillo tras aparecer en un reportaje de investigación” (www.20minutos.es, 29-11-2011). El tema tenía ramificaciones políticas. Varios de los gobernantes de la localidad actuaban en connivencia con el jefe de la policía local. Este reportaje también tuvo continuidad en las siguientes semanas, lo que supuso un seguimiento serializado a la investigación inicial.

El caso se trató hasta en tres ocasiones. El primer programa dedicado al jefe de policía de Valdemorillo se emitió el 28 de noviembre de 2011 y registró un 7,2%

de *share* y 635.000 espectadores de media. El segundo se programó a la semana siguiente y obtuvo un 8% de *share*, con 860.000 seguidores. El último y tercer capítulo titulado el “*Sheriff de Valdemorillo*” fue el 26 de diciembre de 2011. Fue visto por un 802.000 televidentes y tuvo una media del 7,8%.

La segunda temporada registró una media de un 8,1% de audiencia, la más alta de todas las de *Diario de... denuncia tu causa*. En la siguiente tabla vemos el *share* obtenido cada semana de emisión.

Programa	Share	Fecha
1º programa	11,5%	10-10-11
2º programa	7,9%	17-10-11
3º programa	8,2 %	24-10-11
4º programa	10,4 %	31-10-11
5º programa	5%	7-11-11
6º programa	7,9 %	14-11-11
7º programa	9%	21-11-11
8º programa	7,2%	28-11-11
9º programa	8%	5-12-11
10º programa	8,4%	12-12-11
11º programa	8,1%	19-12-11
12º programa	7,8%	26-12-11
13º programa	7%	9-1-12
14º programa	7,4%	16-1-12

(Tabla 21: programas emitidos en la 2ª temporada de *Diario de... denuncia tu causa*. Fuente: elaboración propia, según datos de Kantar Media)

El primer programa de esta segunda temporada consiguió el mejor dato de los sesenta y ocho de este período, un 11,5% de *share* y 895.000 espectadores. Se emitió la noche del lunes a las 00:22 h. Dobló la media de la cadena que se quedó ese día en un 5,6%.

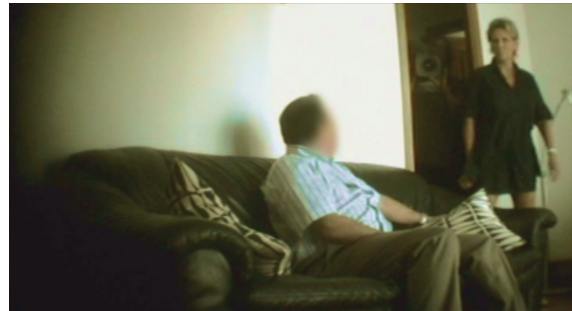
El reportaje principal se llamaba “Pedófilos en la red”. Se pretendía mostrar lo fácil que resultaba contactar con estos delincuentes a través de internet. Hombres de todas las edades y condición social que buscaban en la red a menores para mantener relaciones sexuales con ellas. Muchos de estos individuos ofrecían dinero a las adolescentes a cambio de una relación sexual.

Una colaboradora del programa se hizo pasar por una chica de quince años, y a los pocos días recibió varias ofertas para prostituirse. Se citó personalmente con dos de estos individuos que le proponían todo tipo de relaciones sexuales a cambio de treinta euros.

En una de estas citas, en un apartamento, al individuo le esperaba la joven y en el cuarto de al lado, escuchando y viéndolo todo estaba Mercedes Milá, dispuesta a entrar en acción. La secuencia es muy parecida a las ya repetidas en el *Diario de...* original, y resultaba muy impactante.



(Figura 147: Mercedes Milá viendo en un monitor la entrada del pedófilo en el piso. Fuente: Cuatro)



(Figura 148: momento en el que Mercedes Milá “asalta” al pedófilo. Fuente: Cuatro)

Este reportaje tenía todos los ingredientes que el reportaje comercial necesita. Era sensacionalista en el fondo y en la forma. En el fondo por el tema que trataba y, en la forma, por el modo de resolver la situación final.

A continuación de este reportaje, el programa atendía la denuncia de una empleada de una nave industrial, en Murcia, donde se manipulaban alimentos. Tras infiltrar a una colaboradora en la empresa, *Diario de...* descubría que el negocio era clandestino y que los trabajadores estaban siendo explotados. El proceso de elaboración de los alimentos era antihigiénico y ningún trabajador estaba dado de alta en la Seguridad Social. El programa se lo comunicó a La Brigada de Extranjería de Murcia. A los pocos días detuvo a los dueños del negocio y Mercedes Milá fue testigo de ello.



(Figura 149: momento de la intervención de la policía en la nave. Fuente: Cuatro)



(Figura 150: trabajadores reconociendo que no tenían la documentación. Fuente: Cuatro)

Finalmente, la última historia trataba el problema de 240 familias que se habían quedado sin guardería para sus hijos. El Ayuntamiento de Móstoles, Madrid, les ofertó una plaza pública para un centro educativo que estaba sin terminar. Los padres de los niños se las tenían que ingeniar para dejar a sus hijos con los suegros, amigos o cuidadoras. Mercedes Milá acudía al Ayuntamiento para intentar mediar con la concejala de educación y encontrar una solución.






(Figura 151: Mercedes Milá con los afectados en al Ayuntamiento de Móstoles. Fuente: Cuatro)



(Figura 152: Mercedes Milá lee el compromiso de la concejala con los afectados. Fuente: Cuatro)

La estructura se dividió como solía ser habitual. Un sumario que resumía los más importante de los tres temas que se desarrollaban durante el programa y, a continuación, los reportajes ordenados de mayor a menor importancia atendiendo a su contenido. La novedad es que, durante esta segunda temporada, al finalizar el programa Mercedes Milá hacía una salidilla de un minuto y medio aproximadamente. En esta intervención a cámara analizaba algunos aspectos de la actualidad o informaba a los espectadores sobre las novedades que se había producido con las denuncias tratadas en anteriores reportajes. Era un formula editorializante de concluir el programa.

Tema	Imagen de cada tema	Duración
Sumario		2:25
“Pedófilos en la red”		19:50
“Negocio clandestino”		13:16
“Guardería fantasma”		12:23
Salidilla		1:30

(Tabla 22 : estructura del primer programa de la 2ª temporada

Fuente: elaboración propia)

Después de revisar este programa podemos observar que quizá tuvo tanto éxito porque *Diario de... denuncia tu causa* había conseguido dar con la fórmula que iba buscando, que Mercedes Milá volviera a desempeñar el papel que había tenido en el *Diario de...* de Telecinco. En los tres reportajes su presencia era destacada y se implicaba en la resolución de los casos.

Al terminar la segunda temporada de *Diario de...denuncia tu causa* tuvo lugar un hecho muy significativo que pudo afectar al funcionamiento del programa; una sentencia del Tribunal Constitucional sobre el uso de la cámara oculta.

7.4.2.2. La cámara oculta sentenciada. Aspectos legales y éticos

En enero de 2012, una sentencia del Tribunal Constitucional iba a suponer un varapalo para aquellos programas que utilizaban la cámara oculta. En ella se condenaba al programa *PVP*¹⁴² de EL Mundo TV por el uso indebido de esta herramienta en un reportaje que realizó en el año 2000 para la Televisión Autonómica Valenciana. En concreto, un caso en el que se ponía de manifiesto el supuesto intrusismo profesional de una naturópata en el mundo de la medicina. Los periodistas se hicieron pasar por enfermos con la intención de demostrar que esta mujer engañaba a sus clientes. En un principio, la naturópata denunció al programa *PVP* ante un juzgado de Valencia, pero el juez consideró “lícita la retransmisión de grabaciones con cámara oculta en el periodismo de investigación”. La resolución del Juzgado de Primera Instancia nº 17 de Valencia mantenía que “no es reprochable que el periodista no se identifique como tal y que es consustancial a la investigación la simulación de la situación”. Ante tal sentencia cabía recurso. El caso llegó primero al Tribunal Supremo que revocó la decisión del juzgado de Valencia condenando a El Mundo TV a pagar 30.000 euros de indemnización por intromisión ilegítima en la intimidad de la naturópata. Posteriormente, el Tribunal Constitucional ratificó lo dicho por el Supremo.

La sentencia del Tribunal Constitucional (BOE, 30-1-2012) fue interpretada por la mayoría de los medios de comunicación como una prohibición tajante y definitiva del uso de la cámara oculta y abrió un debate sobre el empleo de esta técnica detectivesca. En el programa *Diario de...* había dos aspectos fundamentales que se tenían muy en cuenta a la hora de utilizar la cámara oculta.

1/ Aspectos legales. Hay que recordar que uno de los pilares fundamentales sobre los que se sostiene cualquier sociedad democrática es el derecho a la información. Sin embargo, muchas veces, este derecho recogido en el artículo 20 de la Constitución española, entra en confrontación directa con otros derechos

¹⁴² Programa de reportajes que trataba, en su mayoría, temas de consumo con cámara oculta. Producido por el Mundo TV, se emitió en el Canal 9 valenciano desde 1999. Se programó semanalmente durante siete temporadas consecutivas, con una audiencia media cercana al 18% de *share*. Como coincidencia curiosa señalaremos que el director de aquel programa, *PVP*, era Javier Ángel Preciado, el mismo periodista que grabó con cámara oculta una entrevista al etarra Kándido Azpiazu en el tema aquí tratado “Diario de...mi vecino: el terrorista que asesinó a mi marido”.

fundamentales como el del honor, la intimidad o de la propia imagen y de la protección de la juventud y de la infancia, englobados en el artículo 18 de la Carta Magna. Es decir, la libertad de información tiene limitaciones evidentes. “El derecho a dar y recibir información veraz no es absoluto, limitando con los demás derechos y con los derechos de los demás” (De Mendizábal Allende, 2012: 40).

En el periodismo de investigación es una constante que el derecho a informar entre en colisión con otros derechos, especialmente el que afecta a la intimidad o la imagen. Esta circunstancia, para Quesada, hace que “en muchas ocasiones el deber que tiene todo periodista de informar choque frontalmente con leyes que bajo el espíritu de proteger leyes fundamentales, se convierten en la práctica en restrictivas de la libertad de información” (1997: 77).

Los expertos juristas establecen que el periodista de investigación debe ponderar en cada caso si la información que está ofreciendo tiene la suficiente relevancia social como para atentar contra la intimidad y la imagen de la persona. Es decir, si lo comunicado es lo suficientemente importante como para dañar la imagen de alguien o, si lo que se está denunciando, merece la pena que lo sepa la gente, aunque atente contra el honor de esa institución. “El factor decisivo para legitimar tales intromisiones es, en definitiva, la ‘relevancia pública’ de lo difundido o, en otras palabras, que, siendo verdadero el contenido, su comunicación resulte justificada en función del interés general del asunto sobre el cual se informa” (De Mendizábal Allende, 2012: 40)

Por tanto, cabe preguntarse si en algunos de los reportajes de *Diario de...* el método era proporcionado o no. Si de alguna forma el fin justificaba los medios. O si realmente los temas tratados eran de relevancia social. ¿Debimos grabar al taquillero de *Renfe* que engañaba a los inmigrantes, o había que respetar su intimidad? ¿Tenía la suficiente relevancia pública que un falso médico pusiese en riesgo la vida de pacientes como para dañar su honor? ¿Es más importante salvaguardar la imagen de un maltratador que el derecho a informar sobre sus maltratos? Son preguntas que se debe plantear cualquier periodista antes de emplear la cámara oculta y consensuar las respuestas con los responsables de cada programa.

Desde que EL Mundo TV comenzara a utilizar la cámara oculta de forma generalizada han sido numerosas las resoluciones judiciales que han tenido que dilucidar qué derechos prevalecían en cada caso determinado. Uno de los reportajes

más emblemáticos fue el ya comentado “Escándalo en Miss España”. En un principio los organizadores del evento pretendieron que un juez prohibiese la emisión por un delito de falsedad y otro contra el derecho a la intimidad y la imagen de las candidatas. La productora envió las cintas a la jueza que, basando su decisión en la primacía del derecho a la información, levantó la medida cautelar para que se pudiese emitir el reportaje.

Posteriormente, el responsable a nivel nacional de Miss España denunció a la productora. En primera y segunda instancia desestimaron su petición y el Tribunal Supremo ratificó esa sentencia.

El Tribunal Supremo como ya había ocurrido en casos anteriores, no cuestionaba que el reportaje fuera veraz y de interés general, sin afectar al honor (tanto de la persona física como jurídica) o la intimidad, pero lo novedoso es que tampoco consideraba vulnerado el derecho a la propia imagen del demandante por entender que gozaba de celebridad y proyección pública (Navarro Marchante, 2014: 111).

Es importante destacar que en este tipo de reportajes con cámara oculta es habitual tapar el rostro y distorsionar la voz del personaje grabado con el fin de que no se le identifique. Es una recomendación de las asesorías jurídicas de las cadenas para evitar posibles querellas.

Desde sus comienzos El Mundo TV tenía la norma de no ocultar la cara ni distorsionar la voz a los implicados. Las personas grabadas en aquella época fueron presentando demandas cuyos casos no llegaron al Tribunal Supremo hasta los últimos años de la década del 2000. Fue entonces cuando dicha instancia judicial iba a condenar a El Mundo TV en bastantes ocasiones (Navarro Marchante, 2014: 100).

En el desglose que hace Navarro Marchante menciona ocho reportajes de El Mundo TV condenados por el Tribunal Supremo a indemnizar a personas grabadas con la cámara oculta. Fueron emitidos en Antena 3 TV, Telecinco, Telemadrid y Canal 9 (Valencia).

Reportaje	Cadena	Fecha de sentencia	Condena
1. Naturópata	Canal 9	16-1-2009	30.000 euros
2. Parapsicólogo	Canal 9	30-6-2009	6.000 euros
3. Extrema derecha	Telemadrid	6-7-2009	1.200 euros
4. Geriátrico de Valencia	Antena 3 TV	7-7-2009	12.000 euros
5. Negocios del fútbol	Telecinco- Canal 9	25-3-2010	3.000 euros
6. Clínica estética	Antena 3 TV	20-5-2010	6.000 euros
7. Montajes crónica rosa	Telecinco	18-3-2011	6.000 euros
8. Turismo sexual Caribe	Antena 3 TV	6-7-2011	18.000 euros

(Tabla 23: ocho reportajes de EL Mundo TV condenados por el Tribunal Supremo por el uso de la cámara oculta. Fuente: Navarro Marchante (2014))

El reportaje “El negocio del fútbol”, emitido en Canal 9, y, posteriormente en Telecinco, ya había sido condenado por el juzgado veintiuno de primera instancia de Barcelona por entender que: “El empleo de la cámara oculta violaba el derecho al honor, la intimidad y la propia imagen del ciudadano grabado [...] y establece que el fin pretendido no justifica los medios y que el uso de las cámaras ocultas ‘vicia’ la información obtenida y es una intromisión ilegítima” (www.elpais.com, 14-12-2004).

Sobre este mismo asunto, el juez limitaba el uso de las cámaras ocultas en el denominado periodismo de investigación a casos que se refieran “a temas de interés general cualificado, como pueda ser la comisión de delitos o la práctica de actividades que afecten a la salud”, y señalaba que este tipo de reportajes deben tener “interés público y ánimo esencialmente informativo y no morboso”. Por último, el juez restringía este tipo de reportajes a los casos en los que “exista proporcionalidad entre la trascendencia de la información obtenida y el daño, que naturalmente, se produce a los derechos personales de los investigados” (www.abc.es, 13-1-2005).

Pero la sentencia que cambió la perspectiva fue la que “declaraba ilegítimo el uso de la cámara oculta” (www.abc.es, 7-2-2012; www.elpais.com, 6-2-2012), como titulaban algunos periódicos. La mayoría interpretaban la decisión como una prohibición definitiva. Tras leer detenidamente la decisión del Tribunal Constitucional sobre el caso de la naturópata, nos inclinamos a pensar lo mismo que el profesor titular de Derecho Constitucional de la UNED, Lucrecio Rebollo:

No puede afirmarse que la STC12/2012 prohíbe el uso de las cámaras ocultas, o que cercena el periodismo de investigación. Lo que pone de manifiesto es que, en este caso concreto, debe apreciarse la prevalencia del derecho a la intimidad y a la propia imagen sobre el derecho a la información, simplemente [...] No debe extraerse de ello la genérica conclusión de la taxativa prohibición de la cámara oculta [...] Veremos sentencias del Tribunal Constitucional que avalen el uso de la cámara oculta como herramienta de la actividad informativa, con toda seguridad (2012: 45).

Marc Carrillo, catedrático de Derecho Constitucional de la Universidad Pompeu Fabra (Barcelona) también incide en la idea de que la resolución afecta directamente a un caso determinado:

La sentencia no ha hecho otra cosa que resolver un caso que presentaba unas características específicas, razón por la que entiendo que el positivo criterio sentado en la misma no excluye otros supuestos distintos en los que el uso de estas cámaras no sea constitucionalmente reprochable (2012: 36).

Esta claro que la sentencia del Tribunal Constitucional condena la utilización de la cámara oculta, pero estos juristas no deducen de dicha sentencia que prohíbe su uso de manera generalizada.

Así por ejemplo, cuando su empleo (cámara oculta) se produzca en espacios públicos, con motivo de hechos en los que el interés general de la información obtenida pueda ser contrastado en un juicio de ponderación con respecto a otros derechos que puedan incidir en el caso y resulte razonable concluir que para esos casos la información que haya sido obtenida de forma diligente goce de la debida protección (Carrillo, 2012: 36).

A raíz de la sentencia, en *Diario de...* se decidió extremar la responsabilidad y la cautela a la hora de emplear la cámara oculta, pero no se dejó de utilizar. De hecho, en una circular informativa enviada el 12 de febrero de 2012 por Mediaset¹⁴³ a todos los programas se establecían tres condiciones fundamentales para su buen uso:

A/ Que la información que se revela no pueda ser conseguida por ningún otro método.

B/ Que la información ha de tener una gran relevancia pública, no siendo suficiente el simple interés del público.

¹⁴³ La circular interna se adjunta en el anexo 13.2.11.

C/ Y que, además de ser de una gran relevancia pública, la información debe referirse a hechos realmente graves que justifiquen la invasión de la intimidad.

Otra de las obligaciones impuestas por Mediaset para los reportajes de cámara oculta era “no revelar la imagen, la voz o cualquier elemento que permitiera la identificación de la persona de forma directa o mediante el lugar en el que se encontraba”, según la circular.

En el caso del programa *Diario de...*, el criterio que se seguía hasta entonces, dependía de si el personaje grabado con cámara oculta estaba cometiendo algún tipo de delito. Si era así, se permitía que el rostro se identificara con el objetivo de alertar a la opinión pública sobre sus actividades. A partir de ese momento se siguieron las premisas propuestas por la empresa.

La propia cadena tomó más precauciones. La productora delegada de contenidos de Cuatro, Olga Cabanillas, supervisaba cada reportaje, y uno de los asesores legales de Mediaset, Ralph Seel, visionaba cada vídeo que tuviera cámara oculta para dar su aprobación definitiva.

Como vemos, hay limitaciones legales a la hora de utilizar estas micro cámaras, pero casi todo queda a criterio del juez que corresponda, porque la mayoría de los condicionantes son sumamente subjetivos. Lo que un juez entienda como temas de “interés cualificado” no tiene porqué estar en consonancia con lo que un periodista crea que es un reportaje de trascendencia social. Álvaro Écija, abogado, opinaba en las páginas de *El Mundo*, que se estaba dejando en manos de los tribunales “la decisión sobre lo qué se puede o no informar y que alcance debe tener la información a la que accede la opinión pública, lo que dejaría en entredicho la propia esencia del Estado democrático: la libertad de información” (Écija, 27-2-2009).

Recientemente, en febrero de 2015, el Tribunal Europeo de Derechos Humanos de Estrasburgo ha dictado una sentencia a favor del uso de la cámara oculta a raíz de un caso ocurrido en Suiza. Los reporteros mostraron en 2003 la mala práctica de un agente de seguros, en un reportaje televisado sobre los comerciales de este sector. El agente los denunció alegando una violación de su vida privada, aunque no se veía su cara y su voz aparecía distorsionada.

El agente de seguros ganó el juicio en 2007 y los periodistas apelaron la sentencia en la Corte Suprema de Suiza, pero perdieron en 2009, por lo que decidieron elevar su caso al Tribunal de Estrasburgo.

La institución del Consejo de Europa se enfrentaba por primera vez a un caso sobre empleo de cámara oculta, por lo que decidió basar su criterio en el equilibrio necesario entre el amparo a la libertad de expresión y el derecho a la vida privada. Así, la sentencia favorable para los periodistas explica que se tuvo en cuenta que el denunciante no era una persona conocida públicamente y que el reportaje no le criticaba a él, sino a las prácticas específicas de este tipo de comerciales. Además, se consideró que el agente de seguros hablaba como profesional, no como persona, y que la entrevista no se realizó en su despacho habitual.

En cualquier caso, el buen uso de una cámara oculta también tiene mucho que ver con los criterios que puedan regular la actividad del periodista.

2/ Aspectos éticos. Los periodistas toman a diario decisiones que afectan de algún modo a los demás, pero los periodistas de investigación, por la especialidad de su trabajo, manejan información que puede arruinar la vida de una persona.

La sensibilidad deontológica, la conciencia ética ante el propio trabajo, es una característica esencial de todas las modalidades del periodismo. Pero cuando los periodistas están trabajando con materias sensibles y de alta peligrosidad social, entonces los aspectos deontológicos cobran una especial relevancia (Martínez Albertos, 1998: 64).

Hay que subrayar el importante papel que juega la ética individual de cada periodista en el ejercicio de su actividad. Sabedor del papel que desempeña y la trascendencia de algunas de sus actuaciones, el profesional debe tener un cuidado extremo en su trabajo.

El uso de la cámara oculta está muy relacionado con los planteamientos éticos que rodean al periodismo de investigación desde su creación. Saber cuando es recomendable el uso de esta técnica y cuando no, es una cualidad que todo buen periodista debe cultivar. Muchas veces el resultado periodístico que se obtiene de la investigación con cámara oculta no es lo suficientemente importante como para infligir tanto daño a la persona investigada. Es muy importante saber diferenciar qué noticias requieren el empleo de este recurso y no convertirlo en método de trabajo.

Creemos que es un recurso que debe utilizarse con mucho celo y con responsabilidad profesional.

Para algunos expertos es el último recurso para los periodistas de investigación (Aladro, 1995: 119) y para otros como, Pedro Erquicia, ex director del programa *Documentos TV*, las cámaras ocultas son por extensión reprobables, como afirmaba en una entrevista para el periódico *El Mundo*:

Un horror, un asalto tremendo a la intimidad, una traición. Nosotros hacemos periodismo de investigación y jamás utilizamos cámaras ocultas, hay otros sistemas para acceder a las personas que quieren preservar su identidad. No es periodismo de investigación, ni siquiera es periodismo: es una fórmula de espectáculo, puro *show* (Erquicia, 16-3-2003).

El debate sobre el uso de la cámara oculta sigue abierto, pero no parece lógico desestimar este recurso por sistema, ya que se ha comprobado que, en muchas ocasiones, correctamente utilizada, ha logrado sobradamente su objetivo, sin menoscabar la intimidad de nadie. De hecho, el reportaje “Las habitaciones de la muerte”, emitido por *Documentos TV*, al que nos hemos referido en el apartado dedicado al programa de La 2, fue grabado con cámara oculta.

Es importante que el medio, que la empresa, sea el último responsable que autorice el uso de la cámara oculta. En el libro de estilo de la emisora británica BBC se señala que cada grabación debe ser aprobada previamente por la figura *editorial senior*¹⁴⁴ de cada división y se afirma que:

Las grabaciones ocultas han de estar justificadas por su interés público. Es una herramienta muy útil para la BBC porque da la oportunidad de conseguir testimonios o comportamientos que de otra manera nuestra audiencia no podría ver ni oír. Sin embargo, las grabaciones ocultas han de ser un último recurso, una mala utilización o su uso excesivo podría desacreditar su impacto o disminuirlo (2007: 56).

La BBC detalla en sus directrices editoriales en qué casos se puede recurrir a esta herramienta y en cuales no. A lo largo de su dilatada trayectoria, la cadena pública británica ha destapado asuntos de relevancia pública, gracias a la cámara

¹⁴⁴ Es el equivalente al productor delegado en la televisiones españolas. Su trabajo consiste en supervisar y controlar los programas que están a su cargo.

oculta y a su buen uso. La BBC estima que nunca se puede ir con la cámara oculta a ver que “se pesca”.

El problema ético ha surgido porque la utilización de la cámara oculta se convierte en una forma de trabajo para la consecución de unos objetivos que no son los que persigue el periodismo de investigación. Eso es cada vez más común. Los periodistas de televisión necesitan que alguien les diga a cámara lo que a los periodistas de prensa les dicen por teléfono. De ahí, que se haya extendido el uso de la cámara oculta para conseguir testimonios o declaraciones que no se pueden obtener por el método convencional.

Es un engaño que vulnera cualquier código ético, aunque la imagen de la persona grabada sea borrada y su voz distorsionada. Revisemos un caso que puede servirnos para explicar mejor a lo que nos estamos refiriendo.

El Mundo TV hizo un reportaje sobre la situación política y social del País Vasco, emitido en Telecinco, el 7 de octubre de 2002. A modo de hilo conductor, había una entrevista a un taxista de la zona. Mientras hacía el trayecto, la periodista le fue formulando preguntas sobre cómo percibía el conflicto vasco y la violencia de ETA. En el transcurso de una conversación distendida el taxista se explayó libremente sin saber que estaba siendo grabado con cámara oculta.

Está claro que el taxista, por motivos obvios, no habría contestado con esa sinceridad a las cuestiones planteadas por la reportera, si le hubieran hecho una entrevista con todas las de la ley. Por mucho que se le oculte la identidad, el taxista tiene derecho a que se respete su imagen e intimidad, y, por tanto, a esto nos referimos cuando indicamos que es inmoral e ilegal utilizar la cámara oculta como método para extraer información.

A los pocos días de la emisión de aquel reportaje titulado “La cara oculta del País Vasco” –el enunciado ya dice mucho–, la hija del taxista envió la siguiente carta al director de *El País* para mostrar su indignación:

El lunes día 7 de octubre, viendo el programa de Telecinco, producido por El Mundo TV, La cara oculta del País Vasco, nos quedamos atónitos: ¡mi padre en la tele! Mi padre, taxista de profesión, aparecía en dicho programa ejerciendo su trabajo y, sin su consentimiento y sin percatarse de lo que sucedía, fue grabado por una cámara oculta. Con lo que para él era un servicio más y una conversación de tantas, han hecho un programa de televisión. Yo no sé mucho de leyes, mi padre no es político, ni un personaje público, y creo, por lo tanto, que tiene derecho a la intimidad. La actitud del programa de grabar a mi padre y emitirlo sin su consentimiento nos parece

indignante. ¿Hasta dónde pueden llegar? ¿Se pueden meter en tu casa, en tu trabajo grabarte y usarlo como les dé la gana? Yo creo que no, pero parece ser que pueden hacer lo que quieran. No hay derecho. Patricia Álvarez García. Donostia (www.elpais.com, 10-2-2002).

En este reportaje, los reporteros iban con la cámara oculta a todas partes a ver lo que “pescaban”. Para ellos era mucho más sencillo trabajar así que sacar una cámara y pedir los permisos oportunos, tarea que requiere de mucho más esfuerzo. Es un gravísimo error que demuestra la falta de rigor y profesionalidad de los responsables de ese reportaje. El taxista fue víctima de un muy mal uso de la cámara oculta y las consecuencias, hablando de terrorismo, podrían haber sido nefastas. Tapar la cara y distorsionar la voz no sirve de nada en estos casos, ni siquiera debería valer como cautela legal. Hay que pedirle al profesional que no abuse de la utilización de este recurso y que sea muy meticuloso a la hora de su empleo, y, sobre todo, que respete a los menores, a los que ley ampara incondicionalmente.

Una de las consecuencias que trajo consigo esa sentencia que condenaba la cámara oculta fue la irrupción y extensión de un método de grabación por entonces bastante en desuso: “el robado”. Consiste en engañar a la persona a la que se va a entrevistar, haciéndola creer que no se está grabando. La técnica, por así llamarla, tiene variantes. La más utilizada es cuando el reportero con su cámara al hombro es impelido a bajarla y a dejar de grabar, pero únicamente la deja caer, sin interrumpir la grabación. Es entonces, cuando el periodista aprovechará para interrogar al sujeto, que ingenuamente cree que nada de lo que está diciendo se está registrando. Normalmente, el plano suele ser de los pies y sin enfocar la cara pero el audio queda perfectamente recogido. Muchos programas, al dejar de utilizar la cámara oculta, generalizaron el uso de “el robado” para entrevistar a aquellos que no querían responder ante las cámaras.

Uno de los programas que ha utilizado “el robado” en sustitución de la cámara oculta es *Equipo de investigación*. Este espacio nacido en enero de 2011, en Antena 3 TV, empleó las micro cámaras durante su primer año, pero tras la sentencia del Tribunal Constitucional cambió de estrategia.

7.4.3. Segunda etapa: la estabilidad (2012-2013)

En esta segunda etapa, entre junio de 2012 y enero de 2013, que comprende la tercera y la cuarta temporada, se producen un total de veinticinco programas, trece y doce respectivamente. Analizando el tipo de reportajes encontramos un cambio sustancial en la temática, fundamentalmente porque hay una mayor colaboración con las FCSE y por los efectos e influencia de la crisis económica.

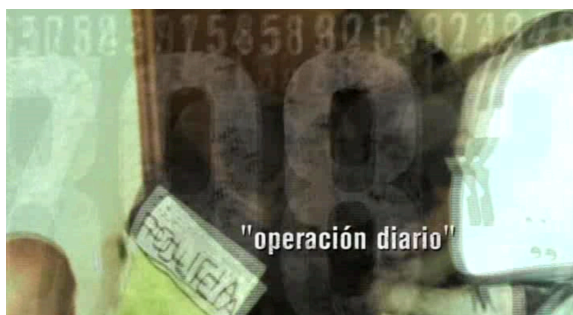
7.4.3.1. Colaboración con las FCSE

Si bien, a lo largo de la historia de *Diario de...* habían sido esporádicas y puntuales las colaboraciones con las FCSE para la resolución de algunas de las investigaciones, en esta segunda etapa de *Diario de... denuncia tu causa* la cooperación se hace más estrecha y continuada. En parte, porque abundaron más los temas delincuenciales y también, porque la dirección del programa decidió, de manera casi sistemática, que las denuncias que así lo exigieran debían conllevar una actuación policial. Se convirtió en un automatismo poner al corriente a la brigada de turno de las denuncias que llegaban al programa y tenían visos de ser ciertas. Dependiendo de cada caso, la forma de proceder fue distinta, pero sí que existía esa predisposición por parte del programa.

Uno de los primeros reportajes en los que se produce esa cooperación fue el dedicado a las mafias de las falsificaciones. Por aquel entonces *Diario de...* contaba con la ayuda de una colaboradora de nacionalidad búlgara, que servía de informadora y de cebo para algunas situaciones. Era periodista y trabajaba en un periódico de su país, pero enseguida se adaptó a la televisión y a las técnicas detectivescas. La colaboradora había detectado la existencia, en el barrio madrileño de Lavapiés, de varios pisos en donde se vendían falsificaciones. Su información le sirvió a las FCSE para localizar los lugares y también para ver quienes eran los cabecillas del grupo.

Las imágenes grabadas por *Diario de...* sirvieron a la policía para culminar una operación contra una banda de falsificadores. De hecho, denominaron al operativo “Operación diario”. La estrecha colaboración entre el programa y las FCSE propició el desmantelamiento de dos pisos en pleno centro de Madrid, con más de

1.300 artículos falsificados, valorados en 520.000 euros. En total fueron detenidas catorce personas.



(Figura 153: "Operación diario" realizada en colaboración con el programa. Fuente: Cuatro)



(Figura 154: la jefa de delitos de propiedad industrial e intelectual. Fuente: Cuatro)

También gracias a la pericia de la colaboradora, se informó a las FCSE de la existencia de una banda de falsificadores de moneda en Madrid. A las órdenes de un ciudadano búlgaro, un grupo de delincuentes creaban billetes ilegales y los ponían en circulación. Tras varios seguimientos, los falsificadores fueron detenidos cuando se disponían a realizar la venta de billetes falsos.

Al resultar fructíferos los primeros trabajos en común, la experiencia se repitió con cierta regularidad. El siguiente trabajo en colaboración fue el desmantelamiento de tres talleres textiles clandestinos en Madrid: locales ilegales en donde los trabajadores estaban siendo explotados.

Más adelante, se dio cuenta de un individuo, que haciéndose pasar por policía, estafaba a incautos. Resultó que estaba preso en la cárcel durante las noches, pero el tercer grado le permitía delinquir durante el día. Fue detenido por usurpación de identidad y estafa.

En otra ocasión, cooperamos en la detención de una banda de nigerianos que engañaba a empresarios hosteleros con el timo de "los billetes tintados". Una pareja de africanos se presentaban como adinerados hombres de negocios que querían comprar establecimientos al contado. Hacían una oferta irrechazable y el dueño del local aceptaba. Luego el pago se hacía con billetes falsos.

Otro de los delitos que trató *Diario de...* junto a las FCSE fue el negocio de la falsificación de obras de arte. La Brigada de Patrimonio Histórico de la Policía Nacional detuvo a un clan que se dedicaba a la venta de cuadros falsos con la

acquiescencia de un notario de Madrid. El programa grababa una de esas transacciones y el momento en el que introducían la obra de arte en la notaría.



(Figura 155: momento en el que meten el cuadro en la notaría para venderlo. Fuente: Cuatro)



(Figura 156: entrevista al jefe de la brigada de patrimonio histórico. Fuente: Cuatro)

En casi todos los reportajes los delitos descubiertos eran de escasa trascendencia, pero lo que se evidenciaba era que la acción conjunta había dado resultados. *Diario de...* y las FCSE actuaban en paralelo para la resolución de las denuncias de los ciudadanos.

Quizá el trabajo en el que hubo una más estrecha relación fue el llevado a cabo durante un mes junto a la Brigada de Información de la Policía Nacional. El programa se realizó tras las violentas y polémicas manifestaciones en el centro de Madrid, en el otoño de 2012. Bajo el lema “Rodea el congreso” varias asociaciones convocaron una concentración el 25 de septiembre de 2012, con la intención de rodear el Congreso de los Diputados. Hubo fuertes enfrentamientos entre manifestantes y policías que acabaron con treinta y cuatro detenidos y sesenta y cuatro heridos. Los días posteriores se sucedieron actos de protesta por la actuación policial. Fue entonces cuando se decidió hacer un seguimiento de los agentes que se infiltraban entre los más violentos para ver cómo actuaban.

Se trataba de observar quiénes eran los que reventaban las manifestaciones y cómo lo hacían. Los policías permitieron que una reportera, Laura Cárdenas, les acompañara con una cámara oculta para grabar las acciones de los más radicales. El resultado fue un reportaje novedoso, que aportaba un enfoque distinto al que todos los medios estaban ofreciendo. Se podían observar las estrategias de guerrilla urbana que empleaban los grupos más extremistas y de qué manera los policías infiltrados combatían esas tácticas.



(Figura 157: entrada de la policía en el local de los ultras del Rayo Vallecano. Fuente: Cuatro)



(Figura 158: contenedores quemados por los manifestantes. Fuente: Cuatro)

En este tipo de reportajes de denuncia se añade un elemento nuevo y es la implicación y participación de las FCSE. Sin embargo, en su mayoría, no los consideramos de investigación al tratarse de asuntos de pequeña delincuencia y sin una gran relevancia informativa.

7.4.3.2. La crisis económica

En el año 2008 España comienza sufrir seriamente los efectos de una crisis económica cuyo epicentro fue el caos financiero en EE. UU. Nuestro país primero sufrió el pinchazo de la burbuja inmobiliaria, después, la crisis bancaria, y, paralelamente, el aumento vertiginoso del desempleo, que llegó al 27% de la población activa en el año 2012. Especialmente grave era la situación de los jóvenes, ya que el 50% de ellos estaba sin trabajo. Estos datos situaron a España en el segundo país con mayor paro de la Unión Europea, tras Grecia.

La grave situación económica, que se prolongó durante al menos ocho años, trajo como consecuencia una profunda crisis política, el descrédito institucional y una importante fractura social. En este contexto, *Diario de... denuncia tu causa* comenzó, de una manera más continuada, a realizar reportajes que trataban los efectos de la crisis económica en la sociedad. Asuntos de plena actualidad, que un formato semanal permite afrontar. Los ciudadanos desahuciados de sus viviendas, los afectados por los recortes económicos, los jóvenes que emigraban en busca de un trabajo o los estafados por las participaciones preferentes de los bancos, tuvieron un especial seguimiento en esta etapa de *Diario de...* Las figuras 159 y 160 corresponden a uno de los programas sobre desahuciados realizados en esta etapa.



(Figura 159: Mercedes Milá es retirada por un policía en un desahucio. Fuente: Cuatro)



(Figura 160: los policías antidisturbios desalojan a los desahuciados. Fuente: Cuatro)

El caso de las participaciones preferentes es un ejemplo claro de qué forma una denuncia particular se puede convertir en una investigación periodística de extraordinarias consecuencias. Al programa comenzaron a llegar quejas de ciudadanos que denunciaban que su banco de confianza les había engañado. Aseguraban que sus ahorros estaban depositados a perpetuidad y que no podían hacer uso de ellos. Las entidades bancarias les ofrecieron las acciones preferentes dando a entender que se trataba de renta fija cuando no lo era. En un porcentaje muy alto los inversores eran particulares inexpertos que creyeron que era una inversión segura, sin embargo estaba sujeta a los mismos riesgos que la renta variable. *Diario de... denuncia tu causa* comenzó a tirar del hilo y se encontró con una de las mayores estafas bancarias que jamás haya existido en nuestro país.

Las víctimas, en su mayoría, eran jubilados que habían ingresado su ahorros de toda una vida en un producto muy complejo y arriesgado, inducidos o directamente engañados por su entidad bancaria, y que ahora no podían disponer de ellos. Nos encontramos, también, con víctimas del 11-M, que habían metido el dinero de su indemnización en preferentes, con enfermos de Alzheimer que habían firmado el código MIFID¹⁴⁵ y personas mayores invidentes a las que habían falsificado su firma, como el ciudadano de la figura 162.

¹⁴⁵ Información para que el cliente asuma el nivel de riesgo del producto y sepa que es adecuado para él. Lo debía firmar en el momento de la aceptación de las participaciones preferentes.



(Figura 161: afectados por las participaciones preferentes. Fuente: Cuatro)



(Figura 162: invidente afectado por las participaciones preferentes. Fuente: Cuatro)

Los reportajes ponían de manifiesto, que buena parte de las cajas de ahorros habían perpetrado una estafa masiva a los clientes. Con la inoperancia de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV)¹⁴⁶ habían activado las preferentes para tener liquidez durante la crisis. Un experto informó al programa que el primer rescate a la banca se había hecho con las preferentes. Con dos reportajes en dos programas distintos, se abordó en profundidad un asunto que posteriormente tuvo y está teniendo consecuencias legales para los bancos y cajas implicados.

La segunda etapa del *Diario de...denuncia tu causa* tenía un tono mucho más reivindicativo y pretendía reflejar el malestar de la sociedad por culpa de la crisis económica. Para hacernos una idea, señalaremos que en el cuarto programa de la cuarta temporada se trataron los siguientes temas:

1/ Multados por manifestarse. La huelga general del 14 de noviembre de 2012 fue la última expresión pública del malestar que existía en la calle contra los recortes del Gobierno. Desde hacía meses, las protestas y concentraciones de distintos colectivos como los funcionarios, los médicos o los profesores se habían multiplicado, y la reacción de las autoridades había sido sancionar con fuertes multas a aquellos que se manifestaban. Los sancionados denunciaban a *Diario de...* que estaban siendo multados con cuatrocientos o seiscientos euros por participar en manifestaciones durante la crisis.

2/ Las inmatriculaciones de la Iglesia Católica. Alcaldes, de pueblos de toda España, se quejaban de que la Iglesia estaba expoliando sus propiedades, registrando a su nombre locales, terrenos o inmuebles que de siempre, habían

¹⁴⁶ La CNMV era el organismo regulador encargado de controlar este tipo de productos.

pertenecido a los vecinos. Una reforma de la ley Hipotecaria, en 1998, durante el Gobierno de José María Aznar, permitió a la Iglesia, y solo a la Iglesia, inscribir lugares de culto y otras propiedades que no estuvieran registradas. Mercedes Milá acudía a dos localidades de Segovia en donde los lugareños se acababan de enterar de que la iglesia, la ermita o el depósito del agua del pueblo habían pasado a ser propiedad del Obispado de Segovia.

3/ La implantación de las tasas judiciales. El por entonces, Ministro de Justicia, Alberto Ruíz Gallardón, aprobó las tasas judiciales para procesos civiles o administrativos con el consiguiente rechazo de parte de la población. *Diario de...* analizaba en profundidad lo que iba a suponer esta tasa para los ciudadanos que entraba en vigor el 21 de noviembre de 2012.

Tres temas de actualidad que estaban siendo debatidos en todos los foros sociales y políticos. La acogida de los telespectadores a este tipo de reportajes fue muy buena, en general. Este programa en concreto tuvo un *share* del 9,5% y 820.000 espectadores de media. La media de Cuatro, ese 30 de noviembre de 2012, fue de un 4,9%.

En esta segunda etapa *Diario de... denuncia tu causa* se consolidó en la noche de los viernes, detrás de un espacio referente de la cadena, *Callejeros* y compitiendo con el programa de Antena 3 TV, *Equipo de investigación*. La tendencia del *share* del programa en cada temporada es decreciente. Comienza con datos notables y baja progresivamente a medida que van pasando las semanas. En la tercera temporada pasa de un 10,6% del primer programa a un 4% del duodécimo. En la cuarta temporada *Diario de...* se estrena con un 9%, y manifiesta una tendencia a la baja con un dato mínimo del 4,7% en el noveno programa. En las tablas 24 y 25 señalamos los veinticinco programas de *Diario de... denuncia tu causa* emitidos en este período, y sus datos de audiencia.

Programa	Share	Fecha
1º programa	10,6%	18-6-12
2º programa	8,1%	25-6-12
3º programa	8,2%	2-7-12
4º programa	7,3%	9-7-12
5º programa	8,1%	16-7-12
6º programa	7,6%	23-7-12
7º programa	7,4%	30-7-12
8º programa	7,5%	17-9-12
9º programa	8,1%	24-9-12
10º programa	8%	8-10-12
11º programa	5%	15-10-12
12º programa	4%	22-10-12
13º programa	6,7%	29-10-12

(Tabla 24 audiencias de la 3ª temporada

Fuente: elaboración propia, según Kantar Media)

Programa	Share	Fecha
1º programa	9%	9-11-12
2º programa	7,6%	16-11-12
3º programa	6,7 %	23-11-12
4º programa	9,5%	30-11-12
5º programa	7,4%	7-12-12
6º programa	5,6%	14-12-12
7º programa	7%	21-12-12
8º programa	5,9%	28-12-12
9º programa	4,7%	4-1-13
10º programa	5,5 %	11-1-13
11º programa	6,8 %	18-1-13
12º programa	6,9 %	25-1-13

(Tabla 25 audiencias de la 4ª temporada.

Fuente: elaboración propia, según Kantar Media)

7.4.4. Tercera etapa: el declive (2013-2014)

En esta etapa incluiremos la quinta temporada con siete programas emitidos, y un nuevo formato llamado *Diario de... a pie de calle* que le precedió. Este espacio fue realizado por el equipo de *Diario de...*, pero sin la presencia de Mercedes Milá. La razón principal fue que el Consejero Delegado de Mediaset decidió que mientras hiciera *Gran Hermano* no podía estar en *Diario de...* y, por tanto, el formato debía seguir unos meses sin ella. Apenas se emitieron ocho programas y después se volvió a la idea original. Lo curioso del caso es que durante toda la existencia del programa Mercedes Milá había compaginado, sin problemas, su trabajo en *Gran Hermano* con el realizado en *Diario de...*

Este último período de *Diario de...denuncia tu causa* está marcado por el decaimiento del formato, y por la falta de confianza de los directivos en la continuidad del proyecto. De hecho, el tiempo de emisión entre temporada y temporada cada vez se dilataba más, lo que afectaba a los contenidos y a la moral del equipo, como así lo explica Mercedes Milá:

El programa se fue cansando de la no emisión. Nos fuimos agotando de hacer temas que se envejecían porque no se emitían. Eso si fue muy duro y

eso no se lo deseo a nadie porque hace que las ganas de los periodistas de seguir investigando se vayan mermando porque ves que no puedes llegar al público y no hay una respuesta de la gente porque no estás emitiendo. Eso es peligroso, esa es la muerte (2015).

Observando la tabla 26 comprobaremos que entre la cuarta temporada de *Diario de...* y el *A pie de calle* pasaron seis meses y además sólo se emitieron ocho de los trece programas encargados.

Temporadas	Programas	Períodos de emisión
4ª temporada	12 programas	Inicio de emisión (9-11-12). Fin de emisión (25-1-13)
A pie de calle...	8 programas	Inicio de emisión (3-6-13). Fin de emisión (29-10-13)
5ª temporada	7 programas	Inicio de emisión (10-1-14). Fin de emisión (21-2-14)

(Tabla 26: períodos de emisión de las temporadas de *Diario de... denuncia tu causa*.

Fuente: elaboración propia, según datos de Kantar Media)

Hay que señalar que Cuatro hacía tiempo que había dejado de ser una cadena que apostara por la información o los programas de reportajes y se había decantado claramente hacia la televisión de puro espectáculo. Mientras que La Sexta aprovechaba los efectos de la crisis económica y aglutinaba a los descontentos con programas como *Salvados*, *El intermedio*, *La Sexta Columna*, *El Objetivo* o *Equipo de Investigación*, Cuatro iba a seguir los pasos de Telecinco, y se centraba en el entretenimiento. Cada vez eran menos necesarios los programas como *Callejeros*, *21 días*, *Conexión Samanta* o *Diario de...* La mayoría de estos formatos van desapareciendo de la parrilla a lo largo de 2013 y 2014. El último en caer será *Diario de...*

En esta tabla se puede apreciar como la programación de Cuatro durante esta etapa está dedicada prácticamente al entretenimiento. En su mayoría encontramos ficción, magazines o *realities*.

Programa	Género	Share
Alerta cobra	Ficción	4,8%
El último poli duro	Ficción	5,5%
Alerta cobra	Ficción	5,3%
Las mañanas de Cuatro	Magazine	7,6%
Noticias Cuatro	Informativos	8,9, %
Castle	Ficción	4,7%
Castle	Ficción	5,5%
Castle	Ficción	4,7%
Hawai 5.0	Ficción	4,2%
Hawai 5.0	Ficción	4,1%
Noticias Cuatro	Informativos	4%
Hermano Mayor	Docu-reality	7%
El método Osmín (España)	Docu-reality	6,2%
El método Osmín (USA)	Docu-reality	4,7%
Diario de...	Reportajes	3,9%
Diario de... (repetido)	Reportajes	3,7%

(Tabla 27: parrilla de la programación de Cuatro el día 10-1-14.

Fuente: www.fórmulatv.com, según datos de Kantar Media)

La emisión de la última temporada, la quinta, comienza en el mes de enero de 2014, una vez finalizada la edición nº 14 de *Gran Hermano*. El primer programa se emite el 10 de enero a las 00:30 h, a continuación de un *docu-reality* llamado *El método Osmín*. El resultado de audiencia es muy malo, el peor de toda la historia del programa hasta entonces, con un 3,9% de *share*. La media de Cuatro ese día fue de un 5,7%, por debajo de La Sexta, con un 6,1%.

Programa	Share	Fecha
1º programa	3,9%	10-1-14
2º programa	7,2%	17-1-14
3º programa	6,8%	24-1-14
4º programa	5,6%	31-1-14
5º programa	6,8%	7-2-14
6º programa	5,5%	14-2-14
7º programa	3,3%	21-2-14

(Tabla 28: audiencias de la 5ª temporada de *Diario de... denuncia tu causa*.

Fuente: elaboración propia, según datos de Kantar Media)

Aunque como se aprecia en la tabla anterior, los programas sucesivos mejoraron notablemente la media del primer día, el programa no tenía el respaldo de

los telespectadores. Ante los irregulares resultados de audiencia, los responsables de Cuatro, el director de producción, Mariano Blanco, y la subdirectora de programas de actualidad, Gema Carrasco, decidieron poner fin a esta etapa de *Diario de...* El último programa se emitió a las 00:49 h, el 21 de febrero de 2014. Registró el mínimo histórico de *Diario de...* con un 3,3% de *share* y 278.000 espectadores.

Aunque los datos de audiencia fueron decayendo notablemente, según la presentadora del programa, esto estuvo motivado por una estrategia de los directivos de la cadena:

Yo creo que hubo una decisión casi con alevosía, vamos a dejarles morir y cuando ya el programa esté tan muerto que nadie se fije en él, entonces lo quitaremos. Nos dejaron morir, proyectando el programa en días muy malos contra otros programas muy potentes, sin la suficiente promoción. Yo tuve que arrancar, entrar en directo en programas de la cadena inventándome las cosas más peregrinas para poder decir que esa noche se emitía *Diario de...* No fue una muerte por el contenido del programa, yo creo que fue una muerte por carencia de apoyo y por mala programación (Milá, 2015).

Sin embargo, lo que parecía un adiós se convierte en un hasta luego, ya que Mercedes Milá hace valer su compromiso verbal con el Consejero Delegado de Telecinco, Paolo Vasile y éste le concede la posibilidad de rehacer de nuevo el formato. Así nace *La Redacción*, el último intento del equipo de *Diario de...* por seguir haciendo reportajes en televisión.

7.4.5. Balance de la etapa

Se emitieron sesenta programas de *Diario de... denuncia tu causa* y ocho de *Diario de... a pie de calle*. En total fueron cinco temporadas y el formato de *A pie de calle*. Entre cada una de ellas existía un tiempo de preparación para la siguiente. Es decir, no había una continuidad anual en la emisión.

Temporada	Programas	Fechas de emisión
1ª temporada	14 programas	Inicio de emisión (11-4-11). Fin de emisión (11-7-11)
2ª temporada	14 programas	Inicio de emisión (10-10-11). Fin de emisión (16-1-12)
3ª temporada	13 programas	Inicio de emisión (18-6-12). Fin de emisión (29-10-12)
4ª temporada	12 programas	Inicio de emisión (9-11-12). Fin de emisión (25-1-13)
A pie de calle...	8 programas	Inicio de emisión (3-6-13). Fin de emisión (29-10-13)
5ª temporada	7 programas	Inicio de emisión (10-1-14). Fin de emisión (21-2-14)

(Tabla 29: programas de *Diario de...denuncia tu causa* emitidos en Cuatro. Fuente: elaboración propia)

En la tabla se puede apreciar que entre la finalización de una temporada y el inicio de emisión de la siguiente hay varios meses de *impasse*. No era un tiempo fijo, variaba en función de las necesidades de programación de la cadena. Ese período se dedicaba a la producción de nuevos reportajes.

Tras la fusión con Telecinco, Cuatro había perdido parte de su identidad, era una cadena sin una idea de programación definida, pero con la herencia informativa del pasado. En un principio, la parrilla estuvo integrada por algunos formatos con objetivos periodísticos, pero esto, poco a poco, fue cambiando. Este hecho afectó considerablemente a los intereses de *Diario de... denuncia tu causa*. El público que buscaba espacios de información semanales emigró paulatinamente a La Sexta.

A La Sexta, tras su fusión con Antena 3 TV¹⁴⁷, le sucede el fenómeno contrario a Cuatro. Pasa de ser una cadena que nació programando básicamente entretenimiento, a volcarse en la actualidad informativa. En los primeros años la programación se vertebraba entorno al humor. Las tres franjas horarias de mayor relevancia para el *share* de la cadena estaban asignadas a programas que trataban la información con ironía. La sobremesa (*Sé lo que hicisteis...*), el *prime time* (*El intermedio*) y el *late night* (*Buenafuente*); en todos los casos de lunes a jueves o a viernes, y a la misma hora.

Espacios de reportajes como *La sexta columna*, creado a principios de 2012, magazines de actualidad como *Mas vale tarde*, estrenado unos meses después, programas de debate o entrevistas en plató como *El objetivo* o *Al rojo vivo*, nacidos en 2013, son una muestra de la clara apuesta de la cadena por la información.

¹⁴⁷ Tras un año de duras negociaciones el 31 de octubre de 2012, Antena 3 y La Sexta fueron inscritas como sociedad única para la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

Diario de... perdió mucha visibilidad al pasar de Telecinco a Cuatro y resultó, en muchas ocasiones, intrascendente. Los horarios de emisión eran muy tardíos y el número de espectadores decayó notablemente.

El *Diario de...denuncia tu causa* con más seguimiento fue el primero de la segunda temporada con un 11,5% y 895.000 espectadores. El programa con menos televidentes fue el último emitido, el 21 de febrero de 2014, con 278.000 de media. La temporada con mejor media de audiencia fue la segunda, con un 8,1% y la peor fue la última, con un 5,5%.

Los resultados estaban condicionados por los datos de una cadena que estaba en proceso de transformación tras la fusión con Telecinco. En las siguientes tablas podemos ver la media de Cuatro durante los años 2011-2014, y el *share* de las diferentes temporadas de *Diario de... denuncia tu causa*. Se puede observar como la media de *Diario de...* es superior a la de Cuatro, pero decrece cada temporada y se va acercando a los resultados globales de la cadena. En el año 2014 es incluso inferior.

Temporada	Audiencia media
Primera temporada	8%
Segunda temporada	8,1%
Tercera temporada	7,4%
Cuarta temporada	6,8%
A pie de calle...	6,5%
Quinta temporada	5,5%

(Tabla 30: media de audiencia de las temporadas de *Diario de... denuncia tu causa*. Fuente: elaboración propia, según datos de Kantar Media)

Año	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Año
2011	6,3%	6,5%	6,5%	6,4%	6,3%	6,4%	6,1%	5,9%	5,7%	6,0%	5,5%	5,8%	6,1%
2012	6,0%	6,3%	6,4%	5,9%	5,5%	6,8%	5,7%	5,5%	5,9%	5,6%	5,7%	6,2%	6,0%
2013	5,8%	6,2%	5,9%	5,6%	5,8%	6,4%	6,0%	6,1%	6,4%	5,9%	5,8%	5,7%	6,0%
2014	6,2%	6,1%	6,1%	5,9%	6,7%	7,7%	6,5%	6,9%	7,1%	7,0%	7,5%	7,5%	6,7%

(Tabla 31: media de audiencia de Cuatro durante los años de emisión de *Diario de... denuncia tu causa*. Fuente: Kantar Media)

Los temas de *Diario de... denuncia tu causa* fueron en su mayoría de denuncia social, políticos, económicos o delincuenciales. A la inversa que en la etapa de Telecinco se dio más valor a este tipo de asuntos, en parte, por las coyuntura económica del país.

El carácter semanal del programa permitió que en bastantes ocasiones se abordaran asuntos de actualidad. Uno de los temas que mejor ejemplifica esta situación fue el reportaje realizado por las elecciones municipales el 22 de mayo de 2011. En dicho trabajo, que se emitió al día siguiente a los comicios, se demostraba la ilegalidad de los censos electorales en algunas poblaciones.

En este período la cooperación con las FCSE se hizo mucho más visible en que en la etapa de Telecinco. Hubo multitud de reportajes en los que se apreciaba el resultado de ese trabajo en común.

La gran mayoría de veces el periodismo que se realizaba se limitaba a la denuncia. A pesar de eso, hay algunos reportajes que sí tienen similitudes muy claras con los reportaje de investigación para televisión. Uno de los valores añadidos del programa era el seguimiento de los casos lo que le permitía serializar las denuncias. El carácter semanal lo facilitaba.

Para Laura Fernández, globalmente, el programa si se podría clasificar entre aquellos que realizan periodismo de investigación para la televisión.

Diario de... sí constituye un ejemplo de reportajes de investigación. Casi siempre ayudado de sus cámaras ocultas, el programa que presenta Mercedes Milá ha destapado escándalos en clínicas médicas fraudulentas, residencias con ancianos maltratados, escenas de prostitución a plena luz, abusos de jefes a sus empleados o empleados que fingen estar de baja y a los que se las “capta” trabajando en otro sitio (Fernández Jara, 2013: 285).

Mercedes Milá pierde algo de protagonismo. Con este nuevo *Diario de...* también se modificaba sustancialmente el papel de Mercedes Milá. En muchos de los temas que se trataban no era muy necesaria su presencia y en otros, el rol que jugaba era de mera entrevistadora. Aún así, el objetivo era intentar por todos los medios que siguiera asumiendo el mismo registro que tenía en el antiguo *Diario de...*, cuando los temas lo permitiesen.

El hecho de que el programa fuera semanal hacía menos viable poder contar con la presentadora en todas las grabaciones. Mercedes Milá seguía

compatibilizando *Diario de...* con *Gran Hermano*, y eso significaba que no siempre estaba disponible. La dirección tenía que seguir con sus planes de producción para poder entregar un programa a la semana.

Aunque las técnicas detectivescas se siguieron utilizando, fue una etapa marcada por la sentencia del Tribunal Constitucional 12/2012. Mientras que otros programas dejaron de utilizar la cámara oculta, *Diario de... denuncia tu causa* siguió empleándola aunque con mayores precauciones.

Hay que reseñar el número considerable de veces que el programa recurrió a los propios denunciantes para que efectuaran ellos mismos las grabaciones con cámara oculta. Hemos contabilizado dieciocho reportajes en los que se produce esta circunstancia. Entre los casos más destacados podemos señalar los siguientes:

1/ El dueño de un bar que era víctima de un timo con billetes falsos. Permitió que se colocaran en su establecimiento cámaras ocultas para captar como intentaban estafarle. Emitido el 22 de octubre de 2012, en el programa nº 12 de la tercera temporada.



(Figura 163: entrevista a la víctima del timo en su bar. Fuente: Cuatro)



(Figura 164: cámara oculta grabada con la colaboración de la víctima. Fuente: Cuatro)

2/ Una mujer cuyo psiquiatra abusaba de ella en la consulta. Decidió llevar una cámara oculta a la cita para grabar la humillación a la que le sometía el médico cuando la manoseaba. Emitido el 14 de noviembre de 2011, en el programa nº 6 de la segunda temporada.

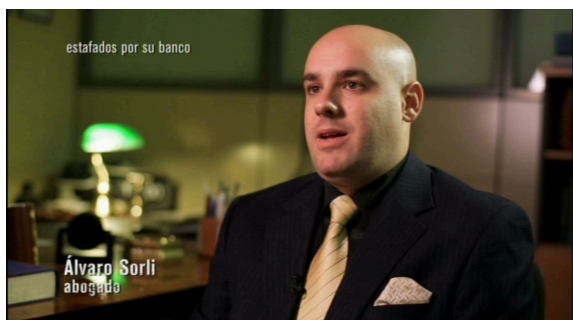


(Figura 165: entrevista a la víctima del abuso. Fuente: Cuatro)

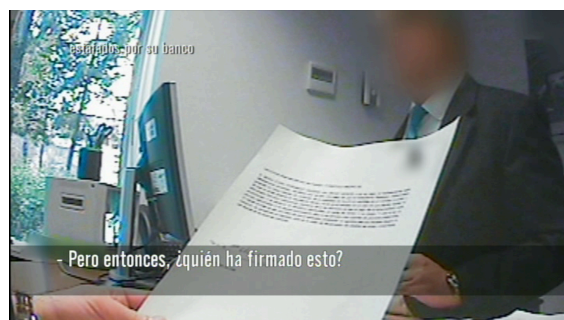


(Figura 166: cámara oculta grabada por la víctima en la consulta. Fuente: Cuatro)

3/ El abogado de unos “preferentistas” estafados por su banco. El letrado de dos ancianos acudió a la sucursal bancaria con una cámara oculta para denunciar cómo habían sido engañados. Reclamaba, incluso, que habían falsificado la firma de la mujer que tenía Alzheimer. Emitido el 11 de enero 2013, en el programa nº 10 de la cuarta temporada.



(Figura 167: entrevista al abogado de los “preferentistas”. Fuente: Cuatro)



(Figura 168: cámara oculta grabada por el abogado en el banco. Fuente: Cuatro)

4/ Los dueños de una pizzería amenazados por un sindicato de trabajadores. Acudieron con una reportera a hablar con los sindicalistas para mostrar que estaban siendo extorsionados. Emitido el 7 de diciembre de 2012, en el programa nº 5 de la cuarta temporada.



(Figura 169: imagen de la víctima de la extorsión. Fuente: Cuatro)

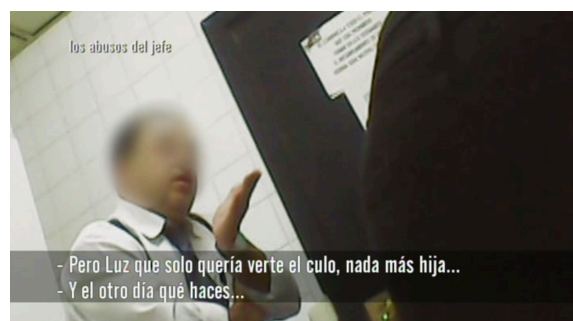


(Figura 170: cámara oculta grabada por la víctima a los sindicalistas. Fuente: Cuatro)

5/ Una camarera acosada sexualmente por su jefe. Colocó una cámara oculta en su vestuario para registrar cómo su jefe, al terminar el turno, entraba y la acosaba. Emitido el 2 de julio de 2012, en el programa nº 3 de la tercera temporada.



(Figura 171: entrevista a la víctima del acoso sexual. Fuente: Cuatro)



(Figura 172: cámara oculta grabada por la víctima a su acosador. Fuente: Cuatro)

6/ Un enfermero que denunciaba el maltrato en una residencia de ancianos. Harto de ver como sufrían los residentes decidió grabar con una cámara oculta lo que allí pasaba. Emitido el 30 de julio de 2012, en el programa nº 7 de la tercera temporada.



(Figura 173: imagen del trabajador de la residencia de ancianos. Fuente: Cuatro)

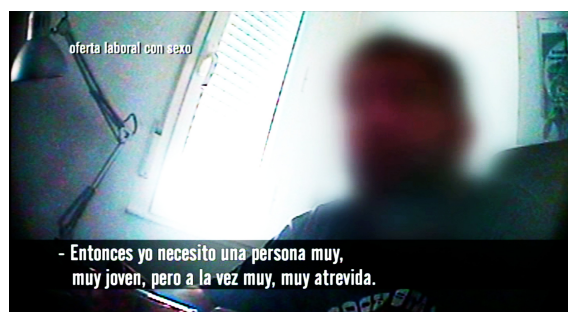


(Figura 174: imágenes grabadas con un teléfono móvil por el enfermero. Fuente: Cuatro)

7/ Una víctima de una oferta de trabajo sexista. Una mujer acudió con una cámara oculta a la entrevista de trabajo en la que un empresario le daba empleo a cambio de favores sexuales. Emitido el 23 de noviembre de 2013, en el programa nº 3 de la cuarta temporada.

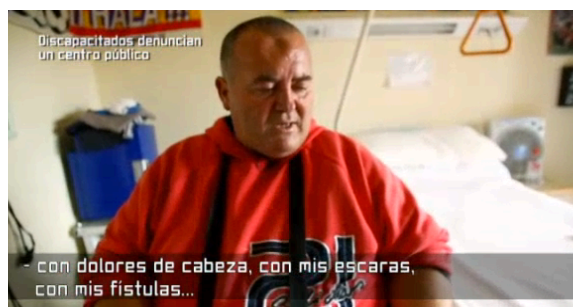


(Figura 175: entrevista a la víctima de la estafa laboral. Fuente: Cuatro)



(Figura 176: cámara oculta grabada por la víctima al estafador. Fuente: Cuatro)

8/ Dos minusválidos que denunciaban a su centro de discapacitados. Dos residentes, en silla de ruedas, grabaron las malas condiciones de la residencia donde vivían. Emitido el 31 de enero de 2014, en el programa nº 4 de la quinta temporada.



(Figura 177: entrevista al discapacitado en la habitación del centro. Fuente: Cuatro)



(Figura 178: imagen grabada por el discapacitado en el centro. Fuente: Cuatro)

7.5. La Redacción (2014)



(Figura 179: logotipo de *La Redacción*. Fuente: Cuatro)

La Redacción se creó en el mes de marzo de 2014 por el acuerdo, ya mencionado aquí, que el Consejero Delegado de Telecinco tenía con Mercedes Milá, pero con el desacuerdo de la mayoría de los directivos de Mediaset. Los programadores ya habían puesto de manifiesto ante la dirección del programa que no querían este tipo de productos en su parrilla. De hecho, cuando se emite *La Redacción* no hay ni un programa de reportajes informativos en Cuatro y Telecinco. *Callejeros*, programa referente de la cadena, había sido retirado de la programación a finales de 2013 y *21 Días*, a principios de 2014.

Los directivos de Cuatro, que según Mercedes Milá, se habían querido deshacer con “alevosía” de *Diario de...* no deseaban un programa impuesto y por eso hicieron todo lo que estuvo en su mano para terminar con él, incluso antes de que comenzara. Para empezar, sólo pidieron que se hicieran cinco programas, cuando lo normal en una producción son trece, y en anteriores ocasiones nunca habían puesto tantas limitaciones en este aspecto.

A pesar de que la emisión iba a ser semanal hubo una reducción drástica del equipo. Se pasó de las veintinueve personas que formábamos el *Diario de... denuncia tu causa* a una plantilla formada por doce personas y la presentadora.



(Gráfico 11: organigrama del equipo de *La Redacción* en marzo de 2014. Fuente: elaboración propia)

7.5.1. Delante de las cámaras

Una vez conocidos los medios disponibles se buscó crear un formato que fuera diferente a lo ya hecho anteriormente. Se diseñó un programa que tenía características tanto del primer *Diario de...* como del segundo, *Diario de... denuncia tu causa*, pero que introducía novedades importantes. Eran reportajes de unos cincuenta minutos de duración, tratando un sólo tema y de emisión semanal. Este es un extracto de la información que se le dio a los medios para promocionar el programa:

Después de diez años al frente del programa de reportajes *Diario de...* Mercedes Milá y su equipo vuelven con un novedoso formato, *La Redacción*. Un equipo de periodistas de investigación mostrará sin censuras cómo realizan los reportajes más arriesgados. A través de un doble hilo narrativo, el espectador podrá acceder a la información más valiosa y, al mismo tiempo, saber cómo ha sido conseguida por los reporteros¹⁴⁸ (Cuatro, 19-7-2014).

La Redacción tenía como novedad que mostraría a Mercedes Milá y su equipo realizando las investigaciones y daría especial importancia al método de trabajo en búsqueda del objetivo. Cada semana *La Redacción* abriría sus puertas para que el telespectador pudiera observar como se elaboraban los reportajes.

¹⁴⁸ La nota de prensa se adjunta completa en el anexo 13.2.12.

El programa quería enseñar cuáles eran los pormenores de cada investigación, qué había detrás de cada decisión que se tomaba. Preguntas que los telespectadores hacían a los reporteros o la propia Mercedes Milá, cuando grababan en la calle, y que podrían tener respuesta en *La Redacción*.

Los miembros del equipo tendrían que salir en pantalla mientras hacían su trabajo. Los espectadores verían a Mercedes Milá y la dirección del programa cuando discutían los temas a tratar y el enfoque que se les iba a dar, a los redactores mientras realizaban sus tareas de investigación periodística y al realizador y sus ayudantes en el momento de planificar las grabaciones o editar los reportajes. La idea era mostrar el trabajo de una redacción periodística.

Para poder producir convenientemente el formato era necesaria una redacción amplia y luminosa. Al tener que grabar diferentes tipos de situaciones se necesitaban despachos, una sala de reuniones y una redacción con un tamaño considerable. El espacio que ocupaba *Diario de...* en esos momentos no cumplía ninguno de esos requisitos. Se le solicitó a la cadena una nueva ubicación, pero rechazaron la petición por falta de localizaciones. La productora, Nekane Echarte consiguió que el programa *Un tiempo tan feliz*, que se emitía los fines de semana en Telecinco, prestara su lugar de trabajo los lunes y los martes, cuando su equipo descansaba. Eso hizo que la planificación de la producción estuviera condicionada a esos días de trabajo. Las grabaciones se concentraban en los dos días que se disponía de la redacción de *Un tiempo tan feliz*.

Las siguientes fotografías corresponden a diferentes planos de uno de los programas de *La Redacción*. En ellas se puede apreciar la localización habilitada para mostrar al espectador cómo trabajaba el equipo del programa.



(Figura 180: Mercedes Milá en un momento de trabajo en *La Redacción*. Fuente: Cuatro)



(Figura 181: plano de *La Redacción* en la que se grababa el programa. Fuente: Cuatro)

La mayoría de las secuencias contaban con la presencia de Mercedes Milá, que volvía a ganar protagonismo gracias a la presencia de las cámaras en la redacción. Los reportajes se vehiculaban a través de ella. Sus apariciones en pantalla solían coincidir con los momentos en que se explicaban las decisiones que tomaba el programa o el criterio a seguir en las diferentes situaciones que podían surgir.

Las escenas se guionizaban y se interpretaban para que el reportaje tuviera coherencia y una continuidad. Por ejemplo, la presentadora, el director y el coordinador se reunían en la sala para decidir a quién se entrevistaba y por qué. En este extracto del guión del reportaje titulado “Indultos” se puede observar de que forma se realizaban esas situaciones:

Escena: (Mercedes está en la sala con el ordenador mirando página de Civio. Sale y llama a Alberto y Nino. Ellos entran)

- Alberto (Director): ¿Qué tal Mercedes? ¿Cómo fue ayer con Eva, la periodista del “indultómetro”?

- Mercedes Milá: Muy bien, nos explicó un montón de cosas sobre el indulto, y no paro de darle vueltas al asunto. Me gustaría seguir averiguando más. ¿Qué os parece?

- Nino (Coordinador): Es un tema muy interesante y siempre rodeado de mucha polémica porque el Gobierno no tiene que justificar el indulto. Muchas veces parece que se da por amiguismo y otras veces no se concede inexplicablemente. Ahora hay varios casos que están de actualidad.

- Alberto: Está el caso de la madre que quemó al violador de su hija. Ha entrado en prisión a pesar de que hay una movilización social muy importante a favor de su indulto.

- Mercedes Milá: ¿Dónde está?

- Alberto: En Alicante

- Mercedes: Vale pues nos vamos (“Indultos”, Cuatro, 9-8-2014).



(Figura 182: la dirección del programa en la mesa de *La Redacción*. Fuente: Cuatro)

En esta escena guionizada podemos apreciar el sentido que tenían las aportaciones de los miembros del programa al reportaje. Servían de hilo conductor de la historia y al mismo tiempo mostraban al público que criterio periodístico se seguía para tomar las decisiones.

7.5.2. Temas de relevancia social

El programa se planteó tratar temas importantes que tuvieran el recorrido suficiente como para que las aportaciones realizadas en *La Redacción* tuvieran sentido. Asuntos que generaran debate, que tuvieran trascendencia social y que afectaran a los ciudadanos.

La cadena encargó cinco reportajes de cincuenta minutos de duración, pero sin fecha de emisión concreta. La idea era que se dejaran terminados y listos para emisión antes del verano de 2014. Estaba claro que se retornaba a los trabajos atemporales, que no estuvieran sujetos a la actualidad. El objetivo era que los temas elegidos se acercaran más a los reportajes de investigación que se hicieron en la primera época de *Diario de...*, que a los de la segunda etapa, más circunscritos a la actualidad y de denuncia social.

El primer programa que destacaremos se tituló “Encuentros por la paz”. Mercedes Milá viajó al País Vasco para entrevistarse con víctimas de ETA y ex presos de la banda. Casi tres años después del anuncio de los terroristas del cese definitivo de la violencia, en Euskadi se estaban dando los primeros pasos para el acercamiento entre víctimas de la banda y ex presos de ETA. *La Redacción* quiso mostrarle al resto de España lo que en el País Vasco era una realidad: los llamados encuentros restaurativos. Estos encuentros consistían, básicamente, en

conversaciones de algunos familiares de asesinados por ETA con varios de los asesinos. Se podían inferir como pasos hacia una reconciliación, gestos de acercamiento o simplemente decisiones personales sin un objetivo claro.

El programa quiso grabar y mostrar todos los detalles de esos encuentros y el resultado fue un reportaje especial de setenta y cinco minutos plagado de situaciones muy emotivas y nunca vistas en televisión hasta la fecha. Entre ellas la conversación ante las cámaras entre un ex etarra y una víctima de ETA.

Rosa Rodero, viuda del ertzaintza asesinado, Joseba Goikoetxea, se reunió con Josean Fernández, miembro del comando que mató al empresario vinatero Rafael Vega Gil. Ambos, desde sus posiciones antagónicas, pretendían tender puentes y luchaban por la reconciliación. En la figura 183 se observa el momento de esa conversación con Mercedes Milá de testigo.



(Figura 183: encuentro entre Rosa Rodero y Josean Fernández. Fuente: Cuatro)

Los otros cuatro reportajes que se realizaron también querían profundizar en temas que la dirección del programa pensaba podían interesar a los telespectadores:

- La polémica figura jurídica del indulto; arbitraria y caduca para algunos y muy necesaria para otros. El programa trataba los casos más controvertidos y polémicos. *La Redacción* cuestionaba los criterios de actuación de algunos gobiernos a la hora de conceder indultos.

- El peligro de las jóvenes que caen en la anorexia. El reportaje mostraba la lucha de una madre por conseguir un tratamiento adecuado para su hija de catorce años y el reto de acabar con las paginas que hacían apología de la anorexia en internet.

- El desconocido mundo de la *Deep web*. El programa “Tor: la red invisible” trataba de explicar cómo funcionan las profundidades de internet donde los ciberdelincuentes se mueven bajo el anonimato más absoluto.

- La prostitución infantil en España. Reportaje que analizamos posteriormente por su especial interés.

En todos los reportajes la redacción asumía un papel protagonista sirviendo de hilo conductor de los diferentes temas. Al final del programa uno o varios protagonistas implicados en los casos acudían a la mesa de *La Redacción* para dialogar con la presentadora y aportar posibles soluciones. En la fotografía que viene a continuación, el fiscal especialista en delitos informáticos, Jorge Bermúdez, es entrevistado por Mercedes Milá en la mesa de *La Redacción*.



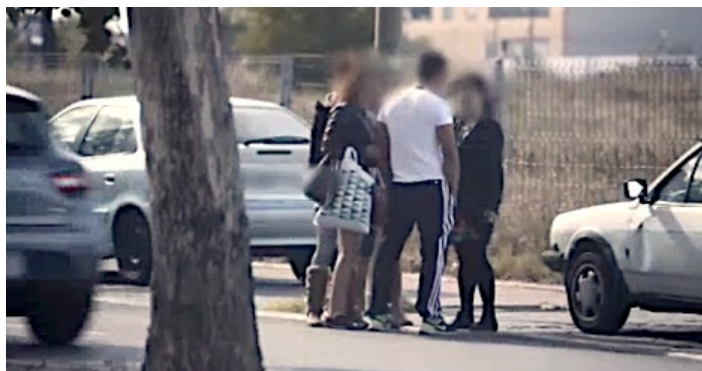
(Figura 184: entrevista a Jorge Bermúdez en la mesa de *La Redacción*, en el programa “Tor: la red invisible”. Fuente: Cuatro)

7.5.3. El caso de “La menor prostituida”

Por último, analizaremos más detenidamente el reportaje sobre la trata de seres humanos y la prostitución de menores titulado “Una menor prostituida”. Este trabajo de *La Redacción* es de los cinco realizados el que más se aproxima al periodismo de investigación en televisión. Llevó una producción de tres meses y fue el reportaje en el que mejor y más estrechamente se cooperó con las FCSE.

Todo se inició porque la colaboradora búlgara, a la que ya hemos mencionado antes, recibió la información de que una menor de catorce años española estaba siendo prostituida por un proxeneta rumano. Este hombre que explotaba a varias chicas del polígono industrial Marconi de Madrid, también tenía a esta adolescente bajo su control. La dirección del programa decidió infiltrar a la colaboradora búlgara entre las prostitutas del polígono. Durante varios días acudió con su cámara oculta

para ser testigo de cómo funcionaba el negocio. Allí hizo los contactos necesarios para conocer al proxeneta. Después de varias conversaciones con él consiguió localizar a la menor que era ofrecida al mejor postor; la prostituía a cambio de doscientos euros.



(Figura 185: momento en el que la infiltrada habla con uno de los proxenetas del polígono. Fuente: Cuatro)

Con esta información *La Redacción* acudió a la Brigada de Delitos Sexuales de la Policía Nacional para denunciar el caso. De hecho, la propia colaboradora puso la denuncia en comisaría. Desde ese mismo momento, la comunicación entre los agentes y la dirección del programa fue casi diaria. El primer paso que dieron los policías fue comprobar, que efectivamente la menor estaba siendo explotada sexualmente. El segundo fue sacar a la niña de su ámbito familiar y derivarla a asuntos sociales. Allí le proporcionaron una casa de acogida donde estaría protegida hasta que se pudiera resolver el caso.

Por parte del programa sólo cabía esperar a que se produjera la detención y que los agentes nos relataran a cámara los pormenores de la investigación.



(Figura 186: entrevista de Mercedes Milá a laInspectora Jefe de la Brigada de Delitos Sexuales. Fuente: Cuatro)

Mientras tanto, el programa investigaba de qué forman actuaban estos proxenetas en el polígono industrial Marconi. Tras tres meses de trabajo, la colaboración entre la brigada y el programa consiguió primero, la liberación de la menor, a la que se puso a salvo y segundo, la detención del proxeneta.

Tras la investigación fue necesario que la colaboradora búlgara testificase ante la jueza que llevaba el caso. Nada más comparecer fue declarada testigo protegido por su implicación en los hechos.

El reportaje, aunque trataba un tema conocido por todos, la prostitución, abordaba un caso exclusivo, ya que la explotación sexual a menores españolas no es frecuente en nuestro país, como confirmaban las FCSE.

El reportaje contribuía de manera decisiva a cambiar las cosas, o por lo menos la vida de esa joven y la de su familia. La cooperación con las FCSE daba un resultado positivo para ambos. Una especie de *quid pro quo* en el que tanto periodistas como policías lograban sus objetivos. Es importante reseñar que el trabajo junto a las FCSE se hizo en paralelo, que la información fluyó en ambas direcciones y que la mutua confianza propició que el resultado fuera satisfactorio para ambas partes.

Los métodos utilizados, una colaboradora infiltrada entre las prostitutas de Marconi, eran propios del periodismo de investigación en televisión. Sus grabaciones con cámara oculta sirvieron a la policía para comenzar a investigar al proxeneta rumano.

7.5.4. Balance de la etapa

En esta última etapa de la existencia de *Diario de...* se emitieron los cinco reportajes que fueron encargados por la cadena. Un hecho significativo fue que el equipo, tras más de diez años de trabajo en Mediaset, fue despedido definitivamente un día antes de la emisión del primer reportaje. Concretamente, el 18 de julio de 2014. Obviamente, los medios de comunicación se hicieron eco de ello: “Mediaset cierra el *Diario de...* de Mercedes Milá tras diez años” (www.vertetele.com, 18-7-2014). “Mediaset despide al equipo de *La Redacción de Diario de...* antes de su primera emisión” (www.abc.es, 19-7-2014).

Como se puede apreciar en la tabla 32, la emisión se produjo en pleno verano, cuando el consumo de televisión es mucho menor y casi siempre pasada la medianoche de los sábados.

Reportaje	Fecha	Hora	Share	Espectadores
“Encuentros por la paz”	19-7-14	23:50	4%	382.000
“Una menor prostituida”	26-7-14	00:30	6,8%	601.000
“Tor: la red invisible”	2-8-14	00:05	6,1%	598.000
“Los indultos”	9-8-14	00:39	6,2%	419.000
“La anorexia”	16-8-14	00:40	5,9%	384.000

(Tabla 32: reportajes emitidos por *La Redacción*. Fecha, hora de emisión y sus datos de audiencia. Fuente: elaboración propia, según datos Kantar Media)

El programa que tuvo más audiencia fue el dedicado a la prostitución. Con un 6,8%, estuvo ese día por encima de la media de la cadena, que registró un dato global de 6,6%. Fue el único reportaje de *La Redacción* que logró estar por encima de la media de la cadena. El que menos seguimiento obtuvo fue “Encuentros por la paz”. Con un 4% de *share*, se quedó muy por debajo del 7,4% de media que consiguió Cuatro ese 19 de julio de 2014.

La media de los cinco programas, fue de un 5,8%, por debajo del *share* de la cadena, que durante los meses de julio y agosto anotó un 6,5% y un 6,9% de cuota de pantalla.

Sólo el caso de la menor prostituida tuvo consecuencias legales para los delincuentes y la libertad para la adolescente. En el reportaje de la anorexia, la madre de la adolescente anoréxica, Lydia Amella, que reclamaba la cancelación de las páginas que hacían apología de esa enfermedad, consiguió avances en ese reto. La plataforma *change.org* había registrado hasta la fecha 246.577 firmas de apoyo a esa iniciativa.

El programa estuvo en antena durante cinco semanas y en pleno verano. Evidentemente pasó desapercibido para la gran mayoría, incluidos los críticos televisivos. Sólo hemos encontrado una reseña sobre los reportajes. Ferrán Monegal se refería así, en *El periódico de Cataluña*, al programa sobre los “Encuentros por la paz”:

A priori no era un mal ejercicio el que proponía la Milá. El problema de este viaje al País Vasco ha sido el *star-system* que le han añadido como envoltura. Merceditas circulando por la redacción como si fuera la *vedette* [...] Eso es como ir a un restaurante y encontrarte que lo más importante es la camarera y no la comida que sirve (Monegal, 21-7-2014).

Debido al despido del equipo, antes de la emisión de los reportajes, los programas no pudieron ser promocionados como en anteriores etapas de *Diario de...* Ni Mercedes Milá acudió a los programas de Mediaset, ni el departamento de comunicación o promoción de Cuatro pudo comunicarse con la dirección del programa para consensuar una línea de venta del producto.

8. PROGRAMAS DE INVESTIGACIÓN COETÁNEOS DE *DIARIO DE...*

En el período de emisión de *Diario de...* (2004-2014) surgieron bastantes propuestas que apostaron por realizar reportajes de investigación para la televisión. La mayoría de las cadenas quisieron tener en su programación algún espacio que tratará la información en profundidad. Sin embargo, casi todos los intentos tuvieron muy poca continuidad y escaso éxito.

La productora El Mundo TV fue, sin duda, la que siguió realizando de una forma más constante reportajes con intención de investigar o denunciar hechos ilegales. Las cadenas más vistas, Telecinco, Antena 3 TV y TVE 1, se movieron por modas o circunstancias coyunturales, como pudo ser el atentado del 11-M.

8.1. Los reportajes sobre el atentado del 11-M

Unos días antes de que naciera *Diario de...* en marzo de 2004, se produjo el mayor atentado ocurrido en la historia de España, el 11-M. En los meses y años posteriores, casi todas las cadenas ofrecieron reportajes que analizaban las causas y las consecuencias de la tragedia que sacudió a España.

Hemos seleccionado y desglosado en la siguiente tabla, los reportajes en profundidad que se emitieron en las principales cadenas nacionales y algunas autonómicas durante los años posteriores al atentado.

Reportaje	Cadena	Fecha
“11 M. Las dos caras de la masacre”	Telecinco	2005
“El tren de los sueños rotos”	Telecinco	2005
“72 horas, del 11 al 14 de marzo”	Telecinco	2005
“La huella del 11-M”	Telecinco	2007
“11-M. Yo estuve allí”	Antena 3 TV	2004
“La vida tras el 11-M”	Antena 3 TV	2004
“11-M, contra el olvido”	Antena 3 TV	2005
“11-M. Retrato de los asesinos. Los orígenes de la masacre”	Cuatro	2007
“The Madrid connection”	Cuatro	2007
“11-M, la derrota de los embusteros”	Cuatro	2007
“11-M, cuando la calle habló”	La Sexta	2007
“11-M, los hechos probados”	La Sexta	2008
“11-M, cuatro días que cambiaron España”	Telemadrid	2005
“11-M, historia de un atentado”	Telemadrid	2005
“11-M un año después”	Telemadrid	2005
“Las sombras del 11-M”	Telemadrid	2006
“11-M, mil días después”	Telemadrid	2007
“11-M, les incógnites”	TV3	2004
“11-M, la investigació”.	TV3	2005

(Tabla 33: reportajes sobre los atentados del 11-M emitidos por las principales cadenas nacionales y autonómicas. Fuente: elaboración propia)

De estos diecinueve reportajes, la mayoría, estuvieron condicionados, como también ocurrió en la prensa, por las servidumbres políticas de algunas cadenas de televisión. En especial, la cadena autonómica Telemadrid sostuvo en algunos de sus trabajos la “teoría de la conspiración” que defendía el periódico *El Mundo*. En concreto en los reportajes titulados: “11-M, cuatro días que cambiaron España”¹⁴⁹, “Las sombras del 11-M” o “11-M, mil días después”. Todos estos trabajos sostenían la hipótesis de que la autoría del atentado no estaba clara y que existían agujeros negros en la investigación. Mantenían que ETA podría haber estado detrás del suceso que había provocado la pérdida de las elecciones del PP, en el año 2004.

Mención especial tiene para Javier Chicote el reportaje “11-M, cuatro días que cambiaron España”, elaborado por los servicios informativos de Telemadrid.

¹⁴⁹ Este reportaje provocó la protesta de la Asamblea de Redacción de Telemadrid y Onda Madrid, que manifestó en un comunicado que la emisión de ese programa era un atentado contra los principios de objetividad, imparcialidad y veracidad a los que obliga el Estatuto de Radiotelevisión Madrid.

Considera muy interesada y parcial la visión de los periodistas que elaboraron el trabajo y por eso concluye que el periodismo de investigación es incompatible con esas pasiones (2006: 266).

Por su parte, Cuatro, propiedad del grupo PRISA, se alineó con la autoría de los *yihadistas* y denunció la manipulación informativa del gobierno del PP tras el atentado. El reportaje “11-M, la derrota de los embusteros”, presentado por Iñaki Gabilondo, trataba de desmontar, punto por punto, todos los argumentos planteados por los “teóricos de la conspiración”. Para ello se basaron, una vez finalizada la primera fase de juicio, en las diferentes pruebas presentadas durante las sesiones de la vista del 11-M.

Hay que destacar que RTVE no emitió ningún reportaje de larga duración (entre treinta y sesenta minutos) sobre el atentado del 11-M. No hay trabajos que analicen o investiguen los hechos que ocurrieron. Tan sólo en el programa *Informe Semanal* encontramos reportajes de cierto recorrido, pero con un afán meramente informativo.

En televisión, la mayoría de los reportajes destacaron los aspectos más emotivos o conmovedores, centrándose en el lado humano de las víctimas del 11-M. Los que quisieron abordar la causas y consecuencia del atentado cayeron, como pasó con la prensa, en la maraña de intereses políticos que rodeaban al caso. Es, por tanto, muy difícil hallar trabajos de investigación independientes sobre el 11-M.

Javier Chicote afirma que los trabajos sobre el atentado emitidos en televisión no se caracterizaron por la investigación. Aún así, en su análisis de los reportajes emitidos hasta 2006, destaca los realizados por Telecinco por el primer aniversario de la tragedia. Menciona que no dieron una visión partidista del caso y valora la consecución de algunos documentos periodísticos interesantes, como un vídeo doméstico de una boda en la que aparecía toda la supuesta cúpula de Al Qaeda en España o las imágenes de la casa que utilizaron los terroristas en Morata de Tajuña (2006: 264).

8.2. Telecinco

A lo largo de la vida de *Diario de...* Telecinco programó de manera intermitente reportajes de larga duración siempre en la franja del *late night*. Durante esos diez años encontramos algunos ejemplos de trabajos de unos cuarenta y cinco o cincuenta minutos de duración cuya temática abordaba fundamentalmente asuntos delincuenciales, sociales o relacionados con el terrorismo.

Prácticamente la totalidad de ellos fueron elaborados por productoras ajenas a la cadena. Mandarina, La fábrica de la tele, El Mundo TV, Cuarzo, son algunas de las empresas que se encargaron de realizar reportajes promocionados con el sobrenombre de investigación, pero como veremos, en la mayoría de las ocasiones no cumplían con las condiciones necesarias que venimos señalando en esta tesis.

En general, los reportajes emitidos en Telecinco mientras existe *Diario de...*, responden a criterios de actualidad u oportunismo. No encontramos reportajes de investigación, ni la voluntad por parte de la cadena, de contratar a un equipo que se dedicara a ello. Lógicamente, ya tenían a *Diario de...* para cumplir esa función.

8.2.1. Trivialización de la actualidad

Al analizar detalladamente los coetáneos de *Diario de...* lo primero que comprobamos es que Telecinco se decantó por una temática muy diferente a lo que proponía el espacio conducido por Mercedes Milá. Quizá buscando ofrecer una alternativa a los contenidos más informativos de ese programa.

En la temporada televisiva 2005-2006 se emitieron “Especiales investigación”, todos ellos encargados a productoras ajenas. Estaban dedicados, fundamentalmente, a asuntos relacionados con personajes del corazón. “La operación Malaya”¹⁵⁰, un importante caso de corrupción urbanística que pone a disposición judicial a diferentes cargos de la administración y políticos del ayuntamiento de Marbella, supone la confluencia de la actualidad y la crónica del

¹⁵⁰ “Malaya” es el nombre que recibió la operación contra la corrupción urbanística, cuyas primeras investigaciones se remontan a noviembre de 2005. Tenía como objetivo destapar un entramado de asociaciones que encubrían numerosas actividades delictivas llevadas a cabo, entre otros, por dirigentes del Ayuntamiento de Marbella, importantes empresarios y abogados.

corazón, lo que supone un proceso de “rosificación” de los temas informativos (Anuario de la televisión, 2006: 18).

El caso “Malaya”, adquirió desde su inicio un carácter espectacular en el que lo medular eran los personajes famosos implicados en la trama, las grandes cantidades de dinero blanqueadas o las casas de lujo que tenía los imputados. Los reportajes focalizaron su atención en estos aspectos y dejaron de lado el análisis periodístico de un caso que ejemplificaba la corrupción imperante en muchos ayuntamientos de España.

Los siete reportajes que emitió Telecinco en este período se caracterizaron por su vínculo con la crónica rosa, ya que la mayoría profundizaban en la vida de personajes como el ex alcalde de Marbella, Julián Muñoz; la cantante, Rocío Jurado; la periodista radiofónica, Encarna Sánchez o María José Campanario, la ex mujer del torero Jesulín de Ubrique. La audiencia media del total de los programas fue realmente espectacular, con un 28,8% de *share*.

Reportaje	Fecha	Share	Espectadores
1. “Escuela de sicarios”	15-2-2006	19%	1.721.000
2. “La obsesión por Encarna”	6-4-2006	38,3%	2.700.000
3. “Asalto a Marbella”	25-5-2006	32,9%	2.309.000
4. “Operación Karlos”	8-6-2006	26,3%	1.982.000
5. “La historia de... Rocío Jurado”	22-6-2006	30%	1.856.000
6. “M.A. Blanco, el día que me mataron”	13-7-2006	27,6%	2.274.000
7. “El marido de Lola”	12-12-2006	27,5%	3.282.000

(Tabla 34: siete reportajes “especiales” emitidos por Telecinco durante el año 2006.

Fuente: elaboración propia, según datos de Sofres Audiencia de Medios)

De los siete reportajes emitidos en 2006, sólo dos de ellos abordaban temas que no se referían a personajes de la crónica social: “Escuela de sicarios” y “Miguel Ángel Blanco, el día que me mataron”. El primero trataba sobre los asesinos a sueldo que operaban en Colombia. Recopilaba testimonios de sicarios, de sus familiares y de las víctimas. Era un trabajo que pretendía exponer una realidad potenciando la crudeza de las declaraciones, pero que no indagaba, ni investigaba en profundidad. Se utilizaba la cámara oculta en momentos puntuales pero sin mucha justificación, como por ejemplo para conseguir imágenes del interior de un prostíbulo. Hay que destacar que todos los entrevistados, sin excepción, tenían el

rostro tapado. En los títulos de crédito, al final del reportaje, consta como autora del trabajo la productora Backdoor.

El segundo trabajo, producido por Mandarina¹⁵¹, reconstruía las últimas cuarenta y ocho horas de vida de Miguel Ángel Blanco, el concejal del PP en Ermua (Vizcaya), asesinado por ETA. Se cumplían diez años del secuestro y la productora quiso darle valor informativo a la efeméride para poner de actualidad el caso. El reportaje se basó en el sumario judicial para recrear paso a paso lo que ocurrió entre el 10 y el 13 de julio de 1997.

Los otros cinco trabajos responden a esa trivialización de la actualidad a la que nos referíamos. “Operación Karlos”, producido por El Mundo TV se emitió a las 00:15 h en Telecinco. Era un reportaje que seguía la operación efectuada por la Guardia Civil que puso al descubierto una trama de fraudes a la Seguridad Social. Entre los detenidos figuraba María José Campanario, que quedó en libertad tras pagar una fianza de 12.000 euros.

Telecinco explotaba un tema de actualidad, que afectaba a una persona, protagonista habitual de las revistas del corazón, para realizar un reportaje extenso. Fue emitido el 8 de junio de 2006, y, como cabía esperar, la audiencia respondió positivamente: 26,3% y 1.982.000 espectadores de media.

“La obsesión de Encarna”, producido por La fábrica de la tele¹⁵², fue otro ejemplo de “rosificación” de la información. Se cumplía el décimo aniversario de la muerte de la periodista de radio y aprovecharon para ahondar en su vida con un reportaje de cincuenta y cuatro minutos de duración. Se emitió el 6 de abril de 2006. Fue seguido por 2.700.000 espectadores y alcanzó una cuota de pantalla del 38,3%. Lideró ampliamente la franja nocturna.

A pesar de que “La obsesión por Encarna” también se anunciaba como un “Especial investigación” el resultado dista mucho de ser un reportaje de investigación. Lo que pretendía el programa lo explicaba así el crítico televisivo José Javier Esparza:

¹⁵¹ Productora creada por Santiago Botello en 2006. Responsable de formatos como *El buscador de historias*, *Está pasando*, *Qué tiempo tan feliz* o *Las mañanas de Cuatro*. Emitidos todos ellos en Mediaset.

¹⁵² Productora creada en 2006 especializada en programas de corazón emitidos todos ellos en Mediaset. Algunos de los más conocidos son: *La Noria*, *TNT*, *Hormigas blancas* o *Sálvame*.

Todo el despliegue de “La obsesión de Encarna” giraba en torno a un único argumento: su homosexualidad y la identidad de quienes compartieron sus afectos. De manera que uno iba viendo el relato de su vida, sus éxitos y sus errores, y a cada tramo el guión venía a recordarnos lo realmente importante, que no era el relato, sino con quién se acostaba su protagonista (Esparza, 8-4-2006).

“Asalto a Marbella”, producido por Mandarin, trataba los casos de corrupción política que rodeaban al ayuntamiento de esa localidad malagueña. El reportaje se centró en los personajes principales de la trama y sus vinculaciones con el mundo de la crónica rosa: Julián Muñoz, Isabel Pantoja, y los ex alcaldes de Marbella, Marisol Yagüe y Jesús Gil. El espacio fue todo un éxito de audiencia, tuvo varias secuelas en semanas posteriores y los programas de la cadena continuaron explotando el tema durante muchas semanas.

Telecinco supo aprovechar que determinados personajes de la crónica rosa estaban inmersos en procesos judiciales para realizar reportajes de actualidad muy oportunos. Sin embargo, ninguno de ellos lo podemos calificar como reportaje de investigación, a pesar de que la mayoría estaban promocionados como tales. Se centraban sobre todo en la figura del personaje en cuestión profundizando en su vida personal, pero carecían de una investigación periodística sólida.

El periodismo de investigación se centra en aquellos casos que afectan a los ciudadanos y que tienen cierta relevancia social. Esto hay que diferenciarlo de aquellos temas que interesan a la gente, pero que en realidad no le influyen, como son los que hablan sobre la vida de personajes conocidos.

En estos años se convirtió en una moda calificar como trabajos de investigación periodística aquellos que indagaban en la vida privada de las personas. “Continuamente los seudoperiodistas del corazón mentan sus ‘investigaciones’ para encontrar el paradero de la hija del cantante italiano Al Bano o el nuevo amorío de un futbolista. Esto no es periodismo de investigación porque no es periodismo” (Chicote, 2006: 270).

8.2.2. Especiales investigación. El Mundo TV

En el año 2007, Mark Wieting fue nombrado director de investigación de El Mundo TV con la intención de revitalizar esta división que había perdido presencia en el mercado audiovisual de las cadenas generalistas. Según Mark, la crisis económica ya comenzaba a notarse. Mientras que en los primeros años de la productora no había límites de tiempo y de presupuesto, en esta etapa cada reportaje estaba muy condicionado por estos factores. “Teníamos dos o tres meses para terminar el reportaje por el que nos pagaban 50.000 o 60.000 euros” (Wieting, 2015).

A este dato coyuntural cabría añadir que los reportajes de El Mundo TV habían tocado fondo en su anterior etapa. La saturación de reportajes con cámara oculta, muchas veces empleada sin justificación, había dejado de entusiasmar al telespectador y en consecuencia a las cadenas de televisión. Aun así, El Mundo TV logró venderle a Telecinco dos programas al año entre 2008 y 2010. Como señalamos en la siguiente tabla la cadena de Mediaset emitió seis reportajes producidos por la productora.

Reportaje	Fecha emisión	Share	Espectadores	Hora
“Operación Canguro”	5-6-2008	20,1%	1.216.000	00:15 h
“De profesión: matón”	21-10-2008	16,7%	1.590.000	00:15 h
“Los tentáculos de ETA”	2-6-2009	16,2%	616.000	01:13 h
“El precio del paraíso”	11-9-2009	17,4%	807.000	01:30 h
“Una seguridad insegura”	14-1-2010	9,6%	833.000	00:30 h
“Mafias criminales S.A”	28-01-2010	16,7%	862.000	01:00 h

(Tabla 35: *Especiales investigación* realizados por El Mundo TV para Telecinco.

Fuente: elaboración propia, según datos de Sofres Audiencia de Medios)

Los especiales se fueron emitiendo con un intervalo de tiempo variable, pero casi siempre de más de tres meses. Los reportajes se producían más o menos en ese tiempo, pero Telecinco los encajaba en su programación como consideraba oportuno. Es el caso del primero de los reportajes que El Mundo TV vendió a Telecinco. Se llamó “Operación canguro”. La cadena aprovechó que los reporteros de la productora habían denunciado a un presunto pedófilo a la Guardia Civil, y que este había sido detenido, para programar el reportaje a los tres días.

Además de por actualidad, el tema, la pedofilia, solía gustar a los programadores de las cadenas. Mark Wieting pudo comprobarlo en esta etapa: “son temas que funcionan bien históricamente y a las cadenas les interesan los buenos datos de audiencia. También son temas, ambientes, círculos donde el periodista de investigación se puede desenvolver bien” (2015). De hecho, en este reportaje los reporteros fueron los artífices de la investigación, que acabó con la detención de un joven de veintitrés años por distribución de pornografía infantil.

Telecinco decidió hacer un programa especial sobre el tema. Después del reportaje programó un debate en plató moderado por el presentador Jordi González. Tuvo un 20,1% y 1.216.000 espectadores de media. Fue líder en su horario de emisión.

Aparte del exiguo presupuesto del que disponían y la exigencia por parte de la cadena de una temática casi siempre morbosa, la productora se tenía que enfrentar a unos niveles de exigencia cada día mayores. En esta etapa como director de investigación de El Mundo TV, Mark Wieting tuvo que negociar los contenidos de los reportajes con los responsables de las cadenas. En “Los tentáculos de ETA”, que denunciaba la lucha callejera del entorno etarra, se encontró que el contenido grabado no convencía a los directivos de Telecinco, que pedían situaciones más impactantes de las que habían conseguido:

Nos infiltramos en la izquierda radical abertzale, en el País Vasco. Al final, lo que suele ocurrir; la cadena dice este reportaje si lo quiero, ven el contenido y lo que esperaban eran cosas más bestias. Se piensan que la kale borroka (lucha callejera) está todo el día quemando contenedores. Eso significa que te cambia totalmente la producción y tienes que volver al País Vasco y tienes que conseguir más cosas. Al final, nos vino bien porque pudimos estar en el recibimiento de presos de ETA (Wieting, 2015).

“Los tentáculos de ETA” era un reportaje con las señas de identidad de El Mundo TV; grabado con cámara oculta, prácticamente en su totalidad. Se utilizaba como método de grabación de forma genérica y no como una herramienta necesaria puntualmente. La justificación era que los reporteros decían infiltrarse entre los pro etarras para ver cómo actuaban y para ello, lógicamente, ocultaban su identidad. En la locución se puede escuchar: “Un equipo de El Mundo TV ha conseguido vivir infiltrado con los cachorros de ETA” (“Extracto de “Los tentáculos de ETA”. Telecinco, 2-6-2009) En realidad y tras visionar el programa, no se apreciaba una

infiltración como las referidas en esta tesis, sino que los reporteros se hacen pasar por simpatizantes *abertzales* para grabar situaciones concretas que ocurren en las concentraciones. Es de valorar el riesgo asumido para ello, pero no se puede definir como infiltración lo que es una mera aproximación al entorno de ETA.

En el programa también aparece un instructor de los *borrokas*. Explica a cámara cómo se hace un cóctel molotov, un cohete explosivo, o enseña cuáles son las técnicas de lucha callejera más utilizadas en las manifestaciones *abertzales*. Este es un aspecto que se debe tratar con sumo cuidado, ya que mostrar o enseñar en televisión cómo se delinque puede traer consecuencias negativas.



(Figura 187: el instructor con los elementos para hacer un cóctel molotov. Fuente: Telecinco)



(Figura 188: plano detalle de los pasos a seguir para hacer un cóctel molotov . Fuente: Telecinco)

“En los tentáculos de ETA” encontramos testimonios de periodistas, ertzainas, políticos, jueces y víctimas de la banda, grabados con su consentimiento. Son declaraciones que vienen a completar un reportaje que ofrece una visión bastante sesgada del tema. Como en la mayoría de trabajos sobre ETA, faltaba la versión de los afines a los nacionalistas. Algunos de estos estaban grabados, pero con cámara oculta. Muchas eran opiniones de viandantes, amas de casa, vecinos, comerciantes, que apoyaban la violencia callejera en contra del estado español. Sin embargo, eso no justifica que debieran ser grabadas con cámara oculta. Más inexplicables son los comentarios grabados, sin su permiso, a ciudadanos que no defendían la violencia de ETA. Como por ejemplo a esta dueña de un comercio que aparece en las figuras 189 y 190.



(Figura 189: cámara oculta grabada a la dueña de un comercio. Fuente: Telecinco)



(Figura 190: la comerciante dice que tiene cerrar o si no le rompen la luna. Fuente: Telecinco)

Este reportaje fue emitido, casualmente, después de el “Diario de... morosos: acosados por las deudas”, más allá de la 01:00 h de la madrugada. En ese horario, tan sólo 616.000 espectadores de media vieron el trabajo de El Mundo TV.

La mayoría de los especiales emitidos por Telecinco en estos años trataban asuntos delincuenciales. “De profesión: matón”, “Una seguridad insegura” o “Mafias criminales S:A”, eran reportajes que abordaban temas cuyos protagonistas eran los delincuentes. Consideramos que son reportajes cuyo objetivo era conseguir imágenes o declaraciones impactantes con el fin de alarmar al espectador. No hay una investigación periodística de relevancia detrás de ninguno de estos trabajos. Lo mismo sucede con el reportaje “El precio del paraíso”, dedicado a las mujeres que se dedican a la prostitución de lujo.

8.2.3. La fábrica de la tele

Esta productora, coparticipada por Mediaset, basaba su éxito en los programas de crónica rosa como *Sálvame* o *La Noria*. No obstante, ocasionalmente, realizaba reportajes de larga duración sobre temas o personajes relacionados con la actualidad informativa.

Los datos recopilados nos indican que los reportajes con aspiraciones informativas realizados por La fábrica de la tele no tuvieron índices de audiencia muy significativos. La mayoría de ellos se programaron con la intención de aproximarlos a la actualidad de cada momento. Pretendían ahondar en los aspectos más singulares o emotivos de casos que por algún motivo estaban de actualidad. Desde 2008 hasta 2011 encontramos los siguientes:

Reportajes	Fecha	Share
“El sheriff de Coslada”	12-6-2008	21,6%
“Roldán, su versión”	14-11-2008	15,6%
“El último invierno” 1	7-8-2009	9,2%
“El último invierno” 2	14-8-2009	11,8%
“Las voces de la tragedia”	1-9-2010	10%
“Don Emilio Rodríguez Menéndez”	8-12-2010	13,2%
“23-F, golpe a la española”	23-2-2011	15,7%

(Tabla 36: reportajes producidos por La fábrica de la tele.

Fuente: elaboración propia, según datos Sofres y Kantar)

Un ejemplo de reportaje que seguía la actualidad, en este caso de sucesos, fue el titulado “El sheriff de Coslada”. Se promocionó, sin embargo, como un trabajo de investigación en la página *web* de Telecinco. “Es un reportaje de investigación que analiza la trayectoria de Ginés Jiménez , acusado de un delito de extorsión en bares de copas y comercios de la localidad madrileña” (www.telecinco.es, 13-6-2008).

El reportaje analizaba la personalidad de Ginés Jiménez que estuvo durante veintidós años como jefe de policía local de Coslada. Ofrecía testimonios, muchos de ellos grabados con cámara oculta, que denunciaban los métodos policiales del conocido como “Sheriff de Coslada”. Entrevistaban a una prostituta que declaraba haber sufrido las vejaciones y el chantaje de este funcionario local.

Ginés Jiménez, fue detenido el 8 de mayo de 2008 acusado de amenazas, extorsión y chantaje. Un mes después, El 12 de junio de 2008, Telecinco programaba “El sheriff de Coslada” seguido de un debate moderado por Jordi González. Obtuvo un 21,6% de media y 1.202.000 espectadores.

Telecinco quería aprovechar la fuerza informativa de un caso mediático que había generado mucha polémica y expectación, y lo fundamental era seguir la corriente de actualidad.

Aunque algunos de estos reportajes estuvieran promocionados como de investigación, como en el caso del titulado “Don Emilio Rodríguez Menéndez”, estos trabajos responden más al concepto de “infoentretenimiento” que ya hemos mencionado. En concreto, este reportaje se vertebraba a través de una entrevista al polémico abogado y prófugo de la justicia, Rodríguez Menéndez. Se centraba en su controvertida figura y todo giraba entorno a él. Se pretendía atraer al espectador con

sus declaraciones exclusivas y se abordaban cuestiones del ámbito privado que podrían resultarle interesantes al telespectador, pero que no eran relevantes para la opinión pública.



(Figura 191: cabecera del reportaje sobre Emilio Rodríguez Menéndez. Fuente: Telecinco)



(Figura 192: imagen de Rodríguez Menéndez entre dos mujeres. Fuente: Telecinco)

Cuando se materializa la fusión con Cuatro, a finales del año 2010, Telecinco desvía los pocos programas informativos que mantenía, como era el caso de *Diario de...*, a Cuatro y deja que sea esta cadena quién concentre en su parrilla los pocos programas de reportajes que todavía producía.

8.3. TVE 1

Durante la fase de nacimiento de *Diario de...* seguían emitiéndose en RTVE los ya mencionados, *Documentos TV*, *En Portada* y *Línea 900*. Estos programas, asentados en la parrilla de La 2, realizaban reportajes cuyo objetivo principal era ofrecer un servicio público al ciudadano. No pretendían alcanzar grandes cotas de audiencia. Sin embargo, los programadores de TVE 1, sí buscaban proyectos que compitieran con las cadenas comerciales. Por eso, durante el período de existencia de *Diario de...*, ponen en marcha diferentes formatos que se asemejan al reportaje comercial, que se anuncian y promocionan como de investigación o de denuncia. Como veremos, la mayoría de la veces se trataba más de un reclamo publicitario que de una realidad.

8.3.1. *Teleobjetivo*

Uno de los proyectos que puso en marcha TVE 1 fue *Teleobjetivo*. Del antiguo programa de investigación ya analizado en el apartado 6.2.1.1, sólo tenía el nombre. Estaba presentado por Daniel Domenjó¹⁵³, que participaba introduciendo los diferentes reportajes, y producido por ON TV (grupo Zeta), editora de la revista *Interviú*. Su director, Ricardo Medina, destacaba en la presentación del espacio que “se servirá con bastante frecuencia del uso de la cámara oculta para la elaboración de los reportajes de denuncia o investigación” (www.vertele.com, 1-4-2006).

Teleobjetivo nació en abril de 2006. Se emitió los domingos en la franja del *late night*. Normalmente trataba un tema en profundidad, al que le podía dedicar casi todo el programa, y posteriormente, bastantes piezas de menor importancia que abordaban una variedad de asuntos, algunos más serios y otros más frívolos. La factura de los reportajes se parecía más a los que realizaban las cadenas comerciales que a los de TVE. El lenguaje audiovisual era efectista, empleaba la cámara oculta, utilizaba recreaciones y ofrecía testimonios con la cara tapada. En general, se percibía que estaba realizado por una productora ajena a TVE. *Teleobjetivo* no tenía nada en común con el modelo de reportajes producidos por la cadena, ya mencionados anteriormente, como *En Portada*, *Documentos TV*, *Crónicas*, *Línea 900*.

En su primera emisión, el 16 de abril de 2006, fue la tercera opción de su franja con un 16,6% de *share* y 1.325.000 espectadores. En el resto de las emisiones se mantuvo en una horquilla entre el 12% y el 16%, aunque en un par de ocasiones llegó a obtener un 18% de *share*. En concreto el 8 de mayo de 2006 registró un 18,7% y 689.000 espectadores, siendo líder de su franja horaria.

Uno de los reportajes que tuvo más repercusión fue “*Revelance: el secreto de la pirámide*”, emitido el 14 de mayo de 2006. Abordaba la supuesta estafa piramidal de la empresa *Revelance*. Esta organización comercial, dedicada aparentemente a la venta de productos de limpieza, fue denunciada por las artimañas que utilizaba para engañar a los empleados. Les prometía ingresos millonarios a cambio de vender jabones y captar a nuevos vendedores.

¹⁵³ Da sus primeros pasos profesionales en medios catalanes y en 2003 da el salto a TVE 1. Trabaja en los informativos, y presenta *El debate de La 2*. Más tarde conduce el concurso *El enemigo en casa*, hasta que llega a *Teleobjetivo* en 2006.

Dos reporteras del programa se postularon para entrar en la organización. Una vez dentro, enseñaban, mediante una cámara oculta, cuáles eran los métodos de persuasión de la empresa. Les prometían ascender laboralmente, si adquirían muchos jabones y encontraban nuevos compradores. Cuantos más consiguieran, antes serían jefas de equipo. Ahora bien, para poder empezar a trabajar debían pagar mil euros cada una.

En este reportaje, de veintisiete minutos de duración, *Teleobjetivo* también hacía mención a los métodos de captación de los empleados de la empresa *Revelance*. Se podían ver testimonios de víctimas o de familiares de trabajadores que denunciaban de qué manera les contrataban con promesas falsas y después les alejaban de su entorno con técnicas que empleaban las sectas. Un experto en este tipo de grupos analizaba su forma de actuar.

Tras la emisión del reportaje al menos sesenta personas de toda España, que se declaraban estafadas, denunciaron a la empresa en la Audiencia Nacional. *Revelance*, por su parte, reaccionó anunciando acciones legales contra el ente público Radiotelevisión Española por la emisión de un reportaje realizado con el ánimo de injuriar y calumniar a la empresa.

A pesar de la amenaza, *Teleobjetivo*, a la semana siguiente de la primera emisión, siguió tratando el tema. El 21 de mayo de 2006 hubo una segunda parte en el que se ofrecían nuevas denuncias de personas afectadas por *Revelance*.

Después de visionar el reportaje “*Revelance*, el secreto de la pirámide”, hay algunos aspectos que nos recuerdan a determinados programas emitidos por *Diario de...*

1/ La utilización de la cámara oculta. En este caso se trataba de un asunto de relevancia social en el que estaban afectadas muchas personas. Las reporteras emplean las micro cámaras para intentar registrar actuaciones que de otra forma hubiera sido imposible grabar. La intención era denunciar un hecho que podía ser ilegal o ilícito.



(Figura 193: cámara oculta realizada a uno de los líderes de *Revelance*. Fuente: TVE 1)



(Figura 194: los periodistas abonan 1.000 euros para entrar en *Revelance*. Fuente: TVE 1)

2/ La técnica del periodismo encubierto. El programa promocionó el reportaje como un trabajo de infiltración de las reporteras. Consideramos que no es una infiltración, sino más bien periodismo encubierto: una ocultación coyuntural de la identidad de las periodistas con el objetivo de acceder a la empresa y conocer superficialmente su funcionamiento. En ningún momento llegaron a ingresar y a formar parte de *Revelance*, simplemente se postularon para ello.

3/ La realización efectista. El reportaje estaba acompañado permanentemente de diferentes músicas a las que se dio una enorme importancia, excesiva en muchos momentos. Empleaban efectos digitales para muchas de las secuencias con el fin de impactar al espectador. Era una realización efectista pero de escasa calidad.

4/ Las entradillas del presentador. El reportaje estaba fragmentado por la presencia de Daniel Domenjó; hasta en cuatro ocasiones interviene desde el plató del programa. Una al principio, otra al final y dos veces rompe el relato del reportaje para realizar sus aportaciones. Sin embargo, no participa para nada en la investigación.



(Figura 195: entradilla de Daniel Domenjó en el reportaje "Revelance: el secreto de la pirámide". Fuente: TVE 1)

Este trabajo sobre *Revelance* podríamos englobarlo en ese tipo de reportajes de denuncia que tienen un cuádruple objetivo: informar, denunciar, impactar y tener audiencia. Sin embargo, el dato de audiencia no fue alto. Fue la tercera opción en el *late night* del 14 de mayo de 2006, con un 1.060.000 y 13,7% de *share*.

El programa *Teleobjetivo* estuvo apenas tres meses en la programación de TVE 1, desde abril hasta finales de junio de 2006.

8.3.2. Hora cero

Hora cero, era un espacio de reportajes en profundidad, dirigido por un veterano periodista de TVE, Francis Fernández, con experiencia en programas como *Código uno*, *Gente*, *Crónicas o Documentos TV*. Estaba producido íntegramente por TVE 1. Tenía una duración muy variable y se empezó emitiendo el 19 de septiembre de 2006, en torno a la medianoche, los lunes, martes y miércoles, aunque fue cambiando de día con asiduidad. Con esta periodicidad, difícilmente serían capaces de ofrecer reportajes de investigación, pero en la página *web* de RTVE definían *Hora cero* como una “serie de reportajes de investigación que trataba de profundizar en los temas más candentes de la actualidad” (www.rtve.es, 2006).

Analizando algunos de los trabajos del programa, más exacta nos parece la afirmación del director de programación y contenidos de la cadena, Pablo Carrasco, cuando promocionaba *Hora cero* en las páginas de el diario *El País*, ponderando que “trabajarían más a fondo la actualidad e investigarían todos los datos de cada acontecimiento social, sin olvidarse de los sucesos o la crónica del corazón que tanto interés genera entre los espectadores” y prometía “informes periodísticos de los temas más palpitantes” (Carrasco, 19-9-2006).

Hora cero estaba realizado con muchas de las imágenes, totales y datos aportados ya en programas magazine de la cadena como *Por la mañana*, *Gente o Corazón de...* El programa recopilaba ese material, lo ordenaba, le daba un sentido y elaboraba un reportaje. La mayoría de los temas trataban asuntos de sucesos o crónica social.

El estreno de *Hora cero* fue con el reportaje titulado: “Ascensión y caída de Julián Muñoz”. Televisión española también se sumaba a la atención mediática del caso “Malaya”. El tema elegido para comenzar su andadura ya dejaba claras las

intenciones del programa. En aquellos años, cualquier información sobre este caso obtenía muy buenos datos de audiencia: un 25,1% y 1.492.000 seguidores de media. De hecho, pocas semanas después, realizaron otro reportaje dedicado al caso “Malaya”: “La historia de Mayte Zaldívar”, que obtuvo un notable 25,5% y 1.137.000 televidentes.

En contadas ocasiones *Hora cero* ofrecía reportajes con información obtenida gracias a su investigación. “El cayuco del infierno” fue un trabajo comprado a El Mundo TV. Este reportaje, realizado por Fernando Quintela, narraba las peripecias que debían sortear aquellos inmigrantes que se aventuraban a alcanzar las Islas Canarias desde Mauritania. Desde la negociación para ocupar un puesto en el cayuco (tuvieron que pagar 18.000 euros), hasta el viaje en el bote junto a cuarenta subsaharianos. En concreto, este reportaje relataba las dieciséis horas que estuvieron a bordo de un cayuco a la deriva en mitad del océano Atlántico. Afortunadamente la embarcación fue rescatada a tiempo por una patrullera de la Guardia Civil. Este reportaje, emitido en la madrugada del jueves 21 de septiembre de 2006, no tuvo un gran seguimiento, con un 13,3% de *share* y 577.000 televidentes.

En el análisis de *Hora cero* observamos que abordó una gran diversidad de temas, con enfoques muy distintos sin quedar muy claro qué objetivo buscaba. Revisando algunos de los temas tratados nos encontramos con un reportaje llamado “La Alhambra, maravilla del mundo”, dedicado al histórico monumento; otro de homenaje al cantante Juanito Valderrama y uno que hablaba sobre el “Misterio de las caras de Bélmez”. El espectador cada noche se topaba con un tipo de reportaje distinto. Faltaba la coherencia y criterio necesarios para darle un sentido al formato. Como otros programas de este estilo, la permanencia de *Hora cero* en antena fue corta, solo se mantuvo un año (2006-2007). Sus resultados de audiencia fueron decreciendo, hasta acabar emitiéndose a altas horas de la madrugada.

8.3.3. El ojo público

El ojo público, estrenado en el mes de junio de 2007, fue un intento de TVE 1 por tener un programa de denuncia en la franja del *prime time*. El periodista Juan Ramón Lucas era el encargado de presentar un espacio que se centraba en intentar

desvelar las estafas y timos que sufrían los ciudadanos. A través de uno o dos reportajes mostraban al telespectador diferentes tipos de fraudes al consumidor. En su página web TVE 1 afirmaba que el formato “emitirá cada semana un reportaje producto de un previo trabajo de investigación que, gracias en ocasiones a la cámara oculta, abordará casos en los que el consumidor se sienta defraudado” (www.rtve.es, 2007).

El ojo público estaba producido por El Mundo TV. Según Mark Wieting, responsable de realizar los vídeos de investigación, querían ofrecer a nivel nacional un programa parecido al *PVP*, que había tenido mucho éxito en la televisión autonómica valenciana. La idea le entusiasmó a TVE 1 (2015).

Comenzó a emitirse el jueves 21 de junio de 2007, a las 22:00 h. Era un decisión arriesgada, ya que este tipo de formato solía programarse en la medianoche. En su primera emisión cosechó un 13,1% de *share* y 1.960.000 espectadores, muy alejado de las dos primeras opciones elegidas por el público: el *reality show Supervivientes*, en Telecinco, con un 26,4%, y la serie *El internado*, en Antena 3 TV, con un 23%.

El programa de estreno se tituló “Cirugía estética: ¿salud o negocio?” y trataba sobre las estafas en el campo de la cirugía estética. El tema central del reportaje quería evidenciar que una menor de edad se podía someter a una intervención de aumento de mamas sin el consentimiento de sus padres. Para ello, utilizaron a una adolescente que iba a una clínica en busca de que la operasen. Paralelamente, se abordaba el intrusismo profesional con el caso de un hombre, sin ninguna titulación, que hacía intervenciones en su piso. El tema elegido, no era ni mucho menos nuevo y los métodos de investigación tampoco, sin embargo, el enfoque del caso de la menor resultaba menos recurrente.

Mark Wieting hace mención al escaso tiempo del que disponían para realizar los reportajes. Al ser un programa semanal, las investigaciones se quedaban en la mayoría de las ocasiones en denuncias sin mucho recorrido. No había trabajos como las que tenía por costumbre producir El Mundo TV (2015).

A este reportaje le sucedieron otros de temática diversa. El siguiente hacía un análisis sobre la situación de la vivienda en España. “Vivienda: ¿derecho o lujo?”, era un acercamiento al problema de la vivienda desde diferentes puntos de vista: la corrupción política, el fraude a los clientes, el disparatado aumento de los precios, la especulación, el negocio con las Viviendas de Protección Oficial (VPO) y también el

fenómeno del acoso inmobiliario. Este programa bajó dos puntos la media de audiencia del estreno.

El programa fue dejando de interesar al público y terminó desplazado al *late nigh*. El 6 de septiembre fue visto por 685.000 espectadores, con un 12,2% de cuota de pantalla. A las pocas semanas los directivos de TVE decidieron retirarlo de la parrilla.

El principal problema con que se encontraron fue que estaban haciendo un programa de consumo en una cadena que no quería enfrentarse con las marcas porque vivía de la publicidad. “Hubo una presión muy fuerte desde arriba porque los anunciantes, las marcas, estaban quejándose” (Wieting, 2015).

En concreto tuvieron inconvenientes cuando investigaron el proceder de empresas como *Corporación Dermoestética*, *Viajes Marsans* o *Telepizza*. En el reportaje sobre la cadena de restaurantes, una reportera estuvo trabajando en uno de sus establecimientos para enseñar con una cámara oculta de qué forma se engañaba al consumidor. Este programa llamado “Comida rápida y dietas milagro” obtuvo el mayor éxito de audiencia de *El ojo público*, con un 16.8% y 2.165.000 televidentes.

A partir del año 2008 no encontramos en esta cadena, programas que tuvieran, al menos, aspiraciones por realizar periodismo de investigación como el que venimos analizando en esta tesis. Una razón pudo ser, como también le sucedió a *Diario de...*, el comienzo de la crisis económica. Por un lado, la falta de recursos, afectó muy especialmente a esta especialidad periodística y por otro, comenzaron a surgir programas de reportajes como *Comando actualidad*¹⁵⁴, que ponían el foco en las historias humanas que se derivaban de la situación económica. A través de la mirada de los reporteros este espacio busca, desde el año 2008, retratar la realidad de la sociedad española con reportajes de unos cincuenta minutos. No pretende, ni denunciar hechos ilegales, ni investigar, tan solo mostrar en profundidad aquellos temas que decide tratar. Habitualmente, asuntos relacionados con el consumo, la salud, el turismo, la moda, la gastronomía, las nuevas tendencias, etcétera. Esporádicamente, y solamente en sus comienzos, ha hecho honor a su nombre abordando la actualidad de la semana.

¹⁵⁴ Programa de reportajes de unos cincuenta minutos emitido en TVE 1 desde el 11 de marzo de 2008. En la actualidad está programado los miércoles a las 22:30 h. El reportaje titulado “Los que vienen a gastar”, emitido el 3-9-2015, obtuvo un 10,6 % de *share* con 883.000 espectadores.

8.4. Antena 3 TV

En el año que se estrena *Diario de...* (2004), Telecinco lideraba las audiencias anuales por delante de Antena 3 TV y de TVE 1. Ese fue el primero de varios años consecutivos liderando el *share* anual. Por entonces, la cadena situada en San Sebastián de los Reyes (Madrid), intentaba encontrar la fórmula para desbancar a Telecinco. Una de las estrategias más usadas por los directivos de las empresas de comunicación audiovisual es copiar aquello que triunfa en la emisora rival. Durante los años de vida de *Diario de...*, Antena 3 TV puso en funcionamiento diferentes proyectos que aspiraban a ejercer el periodismo de investigación en televisión.

8.4.1. 7 días, 7 noches

El programa *7 días, 7 noches*, ya mencionado anteriormente, fue el único que logró mantenerse varias temporadas y realizar de forma esporádica reportajes de investigación. Durante la etapa en la que estuvo presentándolo Teresa Viejo¹⁵⁵, a partir de septiembre de 2004, el programa se centró en realizar reportajes de actualidad y en algunas ocasiones de investigación.

Era un espacio de emisión semanal que contenía tres o cuatro reportajes a los que daba paso la presentadora con entradillas en el plató. Las historias eran variopintas. Se alternaban los temas de actualidad, con los de sociedad, alguno de investigación y bastantes relacionados con el sexo. El programa se emitía en Antena 3 TV, en el *late night*, y normalmente, el último de los reportajes, ya de madrugada, tenía algún componente erótico o transgresor.

El primer programa tuvo como principales temas: la nueva vida de Diego Armando Maradona en Cuba, un reportaje sobre el polémico caso de Ramón Sampedro; el hombre a quien se le practicó la eutanasia y lo grabó en vídeo, y una visita a la localidad canaria de Maspalomas; el principal destino turístico para los homosexuales de toda Europa. Ninguno de los temas tenía un afán investigativo,

¹⁵⁵ Periodista cuya carrera se ha centrado en presentar programas magazine como *Saber vivir*, (TVE) o *Tal como somos* (Televisión Castilla la Mancha). Fue directora de la revista *Interviú* (2002-2004).

sino más bien buscaban ofrecer contenidos que pudieran competir con el programa que, por aquel entonces, dominaba esa franja horaria, *Crónicas marcianas*.

7 días, 7 noches estaba producido por los Servicios Informativos de Antena 3 TV, que formó un equipo, dirigido por Teo Lozano, para realizar un programa semanal de unos noventa minutos de duración. No obstante, puntualmente, recurría a productoras externas, como El Mundo TV, para la compra de reportajes más elaborados.

La temática casi siempre giraba entorno a asuntos relacionados con el sexo o las drogas tratados con cámara oculta. El propio director reconocía que “a todos nos gustaría realizar otro tipo de espacios, pero esto es lo que hay. Las televisiones son empresas que hacen negocios y los profesionales que trabajamos en ellas nos autocensuramos porque sabemos que hay muchos temas que no se pueden tocar” (Chicote, 2006: 287).

En noviembre de 2004, Antena 3 TV, presumiblemente, como respuesta a los éxitos de su competidora Telecinco, programó –dentro del espacio *7 días, 7 noches*– tres especiales investigación, dos de los cuales, habían sido tratados recientemente en la cadena de Mediaset. El primero, del que ya hemos hablado, “El Lobo: un topo en ETA”, y el segundo, “La prostitución de lujo: toda la verdad”. Este último, siguiendo la estela dejada por el exitoso reportaje “Diario de... el año que trafiqué con mujeres”. Ambos consiguieron notables cotas de audiencia, pero el dedicado a las meretrices alcanzó un 30,7% de media, a las 00:00 h, y 2.588.000 espectadores, derrotando a *Crónicas Marcianas*.

El tercero de estos especiales se llamó “Cuando el hogar es un infierno”, también, como los otros dos, producido por El Mundo TV. Eran seis historias personales relacionadas con la violencia doméstica. Se emitió el 17 de mayo de 2005 y obtuvo un 22,6% de *share*.

Durante los tres años de vida de *7 días, 7 noches*, y a pesar de su periodicidad semanal, se realizaron reportajes de larga duración con interesantes investigaciones. “La mafia china en España” analizaba la forma de actuar y de organizarse de estos delincuentes en nuestro país. Los reporteros del programa mostraban los lucrativos negocios que tenían los mafiosos orientales a lo largo de la geografía española; el funcionamiento de las redes de falsificación, el tráfico de inmigrantes ilegales y los talleres clandestinos. Asimismo, investigaban a las bandas de extorsionadores y secuestradores, y entrevistaban a alguna de sus víctimas. El

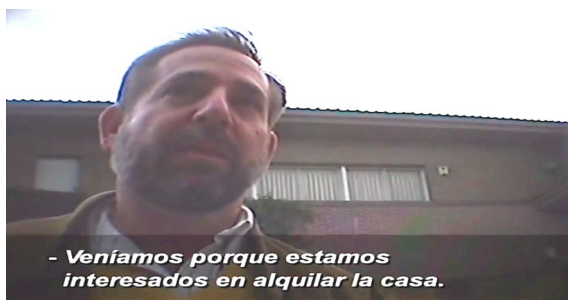
programa lo vieron 1.540.000 espectadores de media, lo que suponía un 21,2% de cuota de pantalla, en febrero de 2006.

Algunos de los reportajes que no vieron la luz en el programa *Crónica de una generación* fueron recuperados, años después, por *7 días, 7 noches*. Por ejemplo, el dedicado a las llamadas secretas del 23-F. Fue emitido, en febrero de 2006, en un especial por el veinticinco aniversario del golpe de estado.

Ocasionalmente, el programa abandonaba su fórmula habitual y realizaba reportajes especiales de unos cincuenta minutos. “Caso Urquijo, el lugar del crimen” era un trabajo producido por El Mundo TV, que reproducía los hechos de uno de los sucesos más famosos acaecidos en España: el asesinato de los marqueses de Urquijo, en agosto de 1980. El reportaje ofrecía como novedad las revelaciones que el único condenado, Rafael Escobedo, ya fallecido, había desvelado a su amigo y periodista, Matías Antolín.

Además, el programa aseguraba que por primera vez una cámara de televisión había podido entrar en el chalet de los Urquijo y grabar el recinto recorriendo todos los rincones de la casa de Somosaguas, en Madrid. Veintiséis años después del asesinato, el reportaje indagaba en los pormenores de uno de los sucesos sobre los que más se ha escrito en la historia del periodismo español.

Hay que destacar, una vez más, el uso incorrecto de la cámara oculta en un reportaje de El Mundo TV. Primero, grabaron a uno de los policías que llevó el caso (a cara descubierta), después, a Juan de la Sierra, hijo de los marqueses (sin tapar) a continuación, a uno de los guardias de seguridad que descubrió los cadáveres (cara tapada) más tarde, al administrador de la finca (rostro sin tapar) y por último, al ex marido de Miriam de la Sierra, una de las hijas de los marqueses, (sin tapar).



(Figura 196: cámara oculta grabada a Juan de la Sierra. Fuente: Antena 3 TV).



(Figura 197: cámara oculta a Richard Dennis, ex marido de Miriam. Fuente: Antena 3 TV).

En nuestra opinión ninguno de los testimonios grabados por este método está justificado por diferentes motivos:

1/ No se trataba de una información de gran relevancia social. Era un caso cerrado legalmente del que pensamos, la sociedad no demandaba más información, después de veintiséis años.

2/ Había otros métodos posibles para conseguir esa información. Podrían haber intentado hablar con esas personas pidiendo su autorización.

3/ No se estaba descubriendo nada ilegal o ilícito con ese método. Sólo se registraban opiniones o valoraciones, pero no se obtuvieron pruebas que demostraran nada en concreto.

4/ Se identificaba a las personas grabadas, ya que a la mayoría no se les ocultaba el rostro, ni se les distorsionaba la voz. Por otra parte, a algunos personajes grabados con la cámara oculta se les hubiera reconocido igualmente porque se daba su nombre.

Ese lunes, 22 de enero de 2007, en el *late night*, el reportaje congregó a 1.304.000 espectadores y obtuvo un 17,6% de *share*.

El programa *7 días, 7 noches* duró hasta febrero de 2007¹⁵⁶. En su última emisión registró el *share* más modesto del curso con un 10,9%. Cada temporada la audiencia del programa fue bajando, y según los programadores, esa fue la causa de su desaparición. En la siguiente tabla se puede observar la evolución de los datos de audiencia del programa *7 días, 7 noches*, en su primera y última temporada.

¹⁵⁶ Antena 3 TV recuperó *7 días, 7 noches* en febrero de 2011, cuatro años después de cancelarlo. El programa, en esta ocasión, sería conducido por Gloria Serra. Esta nueva etapa tan solo duró tres meses, suprimiendo definitivamente el programa por su baja audiencia.

Programa	Temporada	Share anual
7 días, 7 noches	2004-2005	23,1%
7 días, 7 noches	2006-2007	14,2%

(Tabla 37: evolución de la audiencia de *7 días, 7 noches*.

Fuente: Sofres Audiencia de Medios)

A los pocos meses de finalizar *7 días, 7 noches*, Teresa Viejo, fue la encargada de conducir un nuevo formato en la televisión autonómica valenciana. Se llamaba *I+D* (investigación y denuncia). El propósito era que la periodista hiciera algo parecido a lo que realizaba Mercedes Milá en *Diario de...* “*I+D* se trata de una producción de El Mundo TV para la autonómica valenciana. Un programa de investigación, con grabaciones mediante cámara oculta, muy al estilo del *Diario de...* de Mercedes Milá en Telecinco” (www.elmundo.es, 2007).

El proyecto de *I+D* tenía por delante trece emisiones semanales contratadas con Canal 9. El estreno se produjo el 22 de septiembre de 2007 con un reportaje de cincuenta minutos de duración sobre la llegada de inmigrantes en cayucos a las Islas Canarias. Un par de reporteros realizaron el viaje desde Mauritania junto a los africanos. Grabaron con una cámara oculta la negociación con los dueños del cayuco para poder subir al bote, parte del trayecto por el océano Atlántico y la llegada a las playas de Canarias. Teresa Viejo, por su parte, entrevistaba a especialistas, afectados y responsables políticos para completar el reportaje.

El programa se emitió los domingos sobre las 23:00 h. Algunos de los reportajes alcanzaron notables datos de audiencia. El 14 de octubre de 2007, lograron un 19,1% de *share*, cuatro puntos por encima de la media de la cadena, 15,2%. Teresa Viejo y su equipo produjeron desde junio de 2007 hasta septiembre de 2007 los trece programas, sin embargo no se emitieron todos.

8.4.2. Especiales investigación

De forma paralela a *7 días, 7 noches* y, a veces, incluidos dentro su programa, Antena 3 TV puso en funcionamiento, al comenzar la temporada 2005-2006, *Especiales investigación*. Fueron reportajes, en su mayoría, realizados por diferentes productoras. Se solían emitir en un horario parecido al de *Diario de...*,

cercano a la medianoche. En principio tendrían una periodicidad semanal, pero paulatinamente fueron espaciándose las emisiones. Emitió a lo largo de la temporada doce reportajes, casi todos en jueves y con unos resultados globales aceptables: 17,4% *share* y 1.685.000 espectadores de media (Anuario de la televisión, 2006: 68).

Los reportajes tenían un marcado carácter comercial y abordaban cuestiones sociales, sexuales o delincuenciales. En su mayoría, buscaban ser efectistas, con imágenes llamativas o declaraciones impactantes, pero carecían de una verdadera investigación periodística. En la tabla 38 se pueden ver algunos de los temas tratados.

Reportaje	Día de emisión	Share	Producción
“Brasil, la nueva ruta del sexo”	8-9-2005	14,1%	El Mundo TV
“Los ángeles de Rael”	15-9-2005	22%	El Mundo TV
“En el ojo del huracán”	6-10-2005	13,6%	Informativos A3 TV
“Los paraísos del bisturí”	13-10-2005	15,9%	Informativos A3 TV
“Ibiza, sobredosis de fiesta”	28-10-2005	24,7%	Martingala
“El crimen más oculto de ETA”	24-11-2005	20%	El Mundo TV
“El precio de un niño”	19-1-2006	15,3%	El Mundo TV
“Matrimonios a la carta”	18-04-2006	18,6%	El Mundo TV
“El exorcismo de Marta”	23-4-2006	14,4%	El Mundo TV
“Solteras y a lo loco”	25-07-2006	23,3%	Martingala

(Tabla 38: desglose de los *Especiales investigación* emitidos por Antena 3 TV, en 2005-2006.

Fuente: elaboración propia, Sofres Audiencia de Medios)

Casi todos los reportajes fueron producidos por El Mundo TV. En “Los ángeles de Rael”, una reportera se infiltró en la organización de los “Raelianos” con el objetivo de mostrar que era una secta peligrosa y alienante. Con su cámara oculta, grabó las sesiones en las que el fundador de la secta, Rael, congregaba a sus fieles, en su mayoría mujeres jóvenes, para seducirlas y según la reportera, para practicar orgías con ellas.

En el trabajo, de unos cuarenta y cinco minutos de duración, predominaban las secuencias grabadas con cámara oculta. Había numerosas imágenes de las sesiones del líder con sus adeptos y bastantes totales a diferentes personajes, grabados con muy baja calidad tanto de audio como de vídeo. En el reportaje, tan

sólo había espacio para entrevistas pactadas con Rael y con la segunda en el escalafón del grupo de los raelianos.

El otro tema que destacaremos también buscaba atraer al público con elementos audiovisuales estimulantes. “Ibiza, sobredosis de fiesta”, era un reportaje que enseñaba lo que se escondía detrás los grandes eventos lúdicos de la isla. Los reporteros de la productora Martingala¹⁵⁷, siguieron durante dos días la captación de público por parte de las discotecas, las fiestas en casas particulares, las llamadas *raves* ilegales, los *after hours*. El reportaje mostraba la preparación de droga para consumir y traficar a pequeña escala, su utilización en locales mezclándola con bebida y los efectos que causa en los consumidores.

“Ibiza, sobredosis de fiesta”, fue seguido por un 24,7% de la audiencia y 2.712.000 espectadores. El reportaje consiguió hacer frente a *Gran Hermano* en Telecinco y superó en más de diez puntos a la serie de TVE 1, *Caso abierto*, con un 14% y 1.536.000. Fue el reportaje más visto de los *Especiales investigación* de Antena 3 TV.

A diferencia de *Diario de...* los *Especiales investigación* carecían de unos rasgos comunes que los hicieran identificables para el público. No tenían presentador, la estructura narrativa era muy variable y la realización no seguía un patrón común. Tras el visionado de varios de los reportajes, apreciamos que el principal factor que los vincula es el objetivo de conseguir audiencia mediante la “espectacularización” de los contenidos. En muchos de ellos ni siquiera hay un interés por denunciar, sino simplemente de representar situaciones sugerentes o llamativas para el telespectador.

La elección de los temas responde a criterios básicamente comerciales y sensacionalistas. El sexo estaba presente en casi todos los reportajes. En algunos casos, de manera constante y, en otros, de manera tangencial. El reportaje titulado “En el ojo del huracán”, que pretendía acercarse a la actualidad a través de la tragedia del huracán Katrina, en Nueva Orleans, planteó un asunto informativo. Si bien el resultado es una compilación de los mayores desastres naturales ocurridos en el plantea. Una sucesión de imágenes de catástrofes con el único afán de impresionar.

¹⁵⁷ Productora de televisión especializada en programas magazines como *Tal cual y Sabor a ti* (Antena 3 TV) y *A tu lado* (Telecinco) y concursos como *La ruleta de la suerte* o *¿Quién quiere ser millonario?*.

Mención especial requiere “El exorcismo de Marta”. Este reportaje, producido por El Mundo TV, relataba el caso de una joven que, supuestamente, llevaba cuatro años poseída por el demonio. Antena 3 TV consideró que el tema merecía un tratamiento especial y lo acompañó de un debate posterior presentado por Teresa Viejo. Las dos horas dedicadas a este caso no suscitaron mucho interés en los telespectadores. El *Especial investigación* tuvo un 14,4% y 1.288.000 espectadores de media.

El trabajo mostraba imágenes muy impactantes grabadas con cámara oculta del exorcismo practicado a Marta. El Padre Fortea, el exorcista más conocido de España, autorizó a los reporteros a grabar esas sesiones dirigidas por él. Se realizó en la parroquia de Zulema, a las afueras de Madrid, con la presencia de periodistas como Melchor Miralles. El propio Miralles participaba en el reportaje dando su opinión sobre la credibilidad de la situación. Afirmaba que al inicio sintió que formaba parte de una patochada, pero que con el paso de los minutos se sorprendió al comprobar que la adolescente podía estar más de dos horas emitiendo gritos increíbles y moviéndose compulsivamente.



(Figura 198: entrevista a Melchor Miralles, testigo del exorcismo. Fuente: Antena 3 TV)



(Figura 199: momento del exorcismo de Marta. Fuente: Antena 3 TV)

El reportaje también recogía la opiniones de psiquiatras, religiosos, grafólogos o expertos en lenguas muertas, que analizaban si Marta estaba poseída por el demonio o padecía algún tipo de enfermedad mental. Finalmente, los reporteros acudieron a Roma para conocer la opinión del más reputado exorcista del Vaticano. Según el Padre Amor, la joven estaba poseída, pero con dos o tres años de exorcismo estaría liberada.

El reportaje, de unos cuarenta minutos de duración, se basaba en las imágenes del exorcismo practicado a Marta y en el análisis que hacían los expertos

sobre ellas. Tras el visionado del programa podemos concluir que se trata de un caso particular estudiado en profundidad y con rigurosidad. Sin embargo, no podemos clasificarlo como un reportaje de investigación porque no consideramos que sea un tema que afecta a la sociedad, no tiene relevancia para la mayoría de la gente, ni preocupa a los ciudadanos. Con este reportaje no se pretendía denunciar nada, sino más bien mostrar un hecho llamativo y extemporáneo. Tampoco el programa buscaba que hubiera consecuencias o se derivaran responsabilidades por este caso.

Es reseñable el uso que se hace de la cámara oculta en este caso. Parece que todos los implicados estaban informados de la grabación y en cambio se empleó esta herramienta. Manuel Aguilera, director de este reportaje, confesaba que en algunas oportunidades la cámara oculta se utilizaba como reclamo y método de captación de audiencia. “La textura granulada de la cámara oculta captura la atención del espectador, por lo que se recurre a ella hasta cuando no es necesaria” (Chicote, 2006: 273).

En nuestra opinión, es un ejemplo más de los reportajes que se promocionaban como de investigación por el uso de la cámara oculta, pero en realidad se trata de un reportaje en profundidad para televisión que se sustenta gracias al valor de las imágenes y de los testimonios.

“El crimen más oculto de ETA” es otro de los reportajes de la serie *Especiales Investigación*. Se dividió en dos partes. La primera se emitió en el programa *7 días, 7 noches* y la segunda, el 24 de noviembre de 2005, en un *Especial Investigación*. Producido por El Mundo TV, este trabajo descubría una finca en el País Vasco en la que podría ocultarse un cementerio clandestino de la banda terrorista.

Los hechos se remontaban al año 1973, cuando tres jóvenes gallegos desaparecieron sin dejar rastro. Habían cruzado la frontera para ver en Francia la película “El último tango en París”, y al regresar pararon en un bar de carretera. En el reportaje se mantiene la hipótesis de que en el establecimiento se toparon con miembros de ETA y que éstos los torturaron y los mataron porque les confundieron con policías. Al comprobar que se habían equivocado decidieron ocultar sus cadáveres.

La llamada de un confidente a los periodistas de El Mundo TV y las declaraciones del infiltrado en ETA, “El Lobo”, aportaban una información precisa de

donde podían localizar sus cuerpos. Según esos datos estaban enterrados en una parcela propiedad de un ex dirigente de Herri Batasuna (HB), Telesforo Monzón.

El segundo reportaje estaba dedicado a investigar si, efectivamente, en la finca existía un cementerio clandestino en el que también estarían enterrados etarras históricos como “Pertur” (dirigente de ETA desaparecido en el año 1976 sin que hasta la fecha se haya encontrado su cadáver). La productora alquiló el terreno y comenzó una ardua tarea para averiguar si los cuerpos de los gallegos se encontraban allí. Tras contratar a un equipo de arqueólogos y emplear excavadoras no consiguieron hallar restos humanos.

Al final del reportaje los miembros de la productora entregaban en la Audiencia Nacional el lugar exacto en donde se suponía que la banda terrorista había enterrado el cuerpo de los jóvenes. A los pocos días el caso era reabierto. No obstante, a día de hoy, los cadáveres siguen sin aparecer.

A nuestro entender, “El crimen más oculto de ETA” tiene elementos suficientes como para calificarlo como periodismo de investigación:

Primero, el tiempo de elaboración fue de varios meses (al menos es lo que se afirma en el reportaje) y desde luego eso se deduce al visionarlo.

Segundo, ofrecía documentos inéditos propios. El principal era el plano de la finca en donde se supone que están los restos de los tres jóvenes. Además, hay imágenes exclusivas, y testimonios muy valiosos.

Tercero, desvelaban algo que estaba oculto. Era un tema que si bien había sido tratado –el periodista Alfonso Rojo publicó un reportaje titulado “El crimen más oculto de ETA” (www.elmundo.es, 17-6-2001)–, sacaba a la luz datos, nombres y detalles que eran desconocidos hasta entonces. Gracias a ello el caso fue reabierto por la Audiencia Nacional.

Cuarto, utilizaba métodos propios del periodismo de investigación. Recurría a fuentes propias e inaccesibles para la mayoría e investigaba en diferentes archivos para conseguir información.

Quinto, ofrecía una información relevante para la sociedad. Es evidente que todo lo relacionado con ETA afecta a la mayoría de la población por las consecuencias que puede tener.

En este reportaje, EL Mundo TV volvió a ser demandado por la utilización de la cámara oculta. En este caso por un empresario, Juan Cruz Unzueta, al que

habían grabado en su galería de arte. Se trataba de un ex miembro de ETA, amnistiado hacía treinta años, al que no taparon su rostro, ni distorsionaron su voz. El Tribunal Supremo condenó a la productora, en el año 2014, por vulnerar el derecho al honor del denunciante al vincularle con ETA. En concreto se afirmaba que era un ex miembro de ETA atado al pacto de silencio de la banda terrorista. El Mundo TV tuvo que pagar 50.000 euros al demandante, que por entonces ya había fallecido.

8.4.3. Investigación 3

Quizá advertidos de que era mejor hacer en casa, lo que otros hacían fuera, los directivos de Antena 3 TV decidieron poner en marcha *Investigación 3*, un espacio producido, casi siempre, por los servicios informativos de la propia cadena. Duró realmente poco. Comenzó a emitirse en noviembre de 2006 y terminó en enero de 2007. En principio se concibió como un programa semanal que abordaría en profundidad los asuntos de actualidad.

Su primera emisión tuvo lugar el 2 de noviembre 2006. El reportaje titulado “El dinero rubio de Marbella”, se centraba en los numerosos casos de corrupción política y urbanística que tenían lugar en la localidad malagueña. Eran años en los que Marbella era el centro neurálgico de la información. Los distintos alcaldes que habían pasado por el ayuntamiento estaban inmersos en casos de corrupción que salpicaban a diferentes personajes, habituales protagonistas de la prensa del corazón.

Entorno al caso “Malaya”, tanto Telecinco, TVE 1, como Antena 3 TV, promocionaron como de investigación, reportajes cuyo único objetivo era inmiscuirse en la rocambolesca vida de los protagonistas de la trama de corrupción: Jesús Gil, Julián Muñoz, Mayte Zaldívar, Marisol Yagüe, Isabel Pantoja, entre otros.

Manuel Cerdán cuenta que la obsesión de las cadenas por este tema era tal, que cualquier asunto que sonara a Andalucía o la Costa del Sol ya lo relacionaban con el caso “Malaya”. Se encontró en situaciones en las que tras presentar un proyecto para la televisión, estar aprobado, y pasar la fase más costosa, cuando se sentaba para tratar el enfoque, los directivos de las cadenas lo convertían en el caso “Julián Muñoz” (Cerdán, 2015).

Con el reportaje “El dinero rubio de Marbella” Antena 3 TV consiguió un 16,5% de cuota de pantalla y 1.573.000 espectadores, siendo la tercera opción de esa franja, tras Telecinco y TVE 1.

Cada reportaje de *Investigación 3* estaba introducido por una periodista emblemática de la cadena. Si el de Marbella fue presentado por Teresa Viejo, el siguiente, “Corrupción urbanística”, tuvo a Montserrat Domínguez ¹⁵⁸ como conductora. Esta iniciativa de poner al frente de cada programa a una periodista de cierto prestigio, se podría interpretar como un intento de emular lo realizado por *Diario de...* con Mercedes Milá.

El reportaje “Corrupción urbanística” intentaba ofrecer nuevas claves sobre los distintos casos de supuesta especulación urbanística conocidos en España en los últimos tiempos. Entre los más destacados, el denominado caso “Andratx”, que culminó con las detenciones de distintos cargos públicos en Mallorca. El reportaje emitido a las 23:45 h, no tuvo una muy buena acogida: un 8.6% de *share* y 911.000 espectadores.

Investigación 3, tampoco tuvo mucho éxito en los siguientes trabajos, si bien generó bastante polémica. El 17 de noviembre de 2006 emitió “En el nombre del padre”, un reportaje producido por El Mundo TV y presentado, en esta ocasión, por Susanna Griso ¹⁵⁹. En dicho trabajo, los reporteros entrevistaban con cámara oculta a varios sacerdotes del País Vasco, con la intención de reflejar que el clero de Euskadi estaba más cerca de ETA que de sus víctimas. En algunos fragmentos del reportaje los religiosos, charlando distendidamente, reconocían su afinidad y expresaban su comprensión hacia los miembros de la banda terrorista.

La reacción de los clérigos tras la emisión del reportaje fue de absoluto rechazo por sentirse engañados por los periodistas. Aseguraban que les habían atendido de buena fe y luego se toparon con sus declaraciones en la televisión. En concreto, el padre Mikel Epalza, sacerdote de la diócesis de Bayona, manifestó en una carta enviada a varios medios de comunicación vascos, sentirse violado, ensuciado y manipulado (www.gara.eus, 22-11-2006). Por su parte, las diócesis de

¹⁵⁸ Presentó el informativo *Entre hoy y mañana* de Telecinco desde el año 1997. Más tarde dirigió desde 2001 a 2004 el debate matinal, *La mirada crítica*. En 2004, fue fichada por Antena 3 TV para conducir el programa *Ruedo ibérico*, una tertulia política por las mañanas, que duró hasta el año 2006.

¹⁵⁹ Fue junto a Matías Prats la presentadora del informativo del mediodía de Antena 3 TV. Desde el año 2006, conduce el programa magazine *Espejo Público* en Antena 3 TV.

Bilbao, San Sebastián y Vitoria, enviaron un comunicado conjunto denunciando "el atropello de derechos y deberes fundamentales en el proceso informativo", ya que, según afirmaron, se ocultó "la identidad real de los entrevistadores y el verdadero objetivo de los encuentros solicitados y concertados recurriendo a la mentira y violando así su derecho (el de los entrevistados) a la libre expresión e intimidad" (*Diario Vasco*, 20-11-2006).

Este reportaje consiguió un 13,1% de *share* y 1.397.000 espectadores de media. Antena 3 TV se vio ampliamente superada en el *late night* por Telecinco y TVE 1.

Una vez terminada su participación en *Investigación 3*, Montserrat Domínguez fue la encargada de dirigir y presentar "Cambio climático: impacto en España". Fue emitido el 15 de mayo de 2007, en horario de máximo consumo televisivo, el *prime time*. Registró un 13,7% de *share* con 2.447.000 espectadores.

La periodista se desplazó hasta la Patagonia. Estuvo en el glaciar piloto y en la Isla Margarita (Chile) para realizar las entradillas del programa. Junto a un equipo de los Servicios Informativos de la cadena estuvo tres meses trabajando en este proyecto. En el reportaje se argumentaba que el problema del cambio climático estaba dejando de ser una amenaza futura para convertirse en un problema presente. Así lo explicaban una treintena de científicos que ponían el foco en las consecuencias que tendría para el planeta y, por supuesto, para España.

En las promociones de la cadena se definía el trabajo como un documental, y visionándolo, coincidimos en que está más cerca de ese género que del periodismo de investigación. El tono es más didáctico que investigativo. Se ofrecen numerosos testimonios, datos, previsiones y advertencias, pero escasas revelaciones periodísticas. Todo ello ilustrado con imágenes, gráficos y animaciones muy interesantes.

8.4.4. GPS testigo directo

Este programa producido por Mediapro¹⁶⁰ para a Antena 3 TV tuvo una señas de identidad muy claras desde sus inicios. En octubre de 2007, para su estreno, en horario del *late night*, emitió dos reportajes con temáticas de sexo y droga: “Fabricando placer” y “El juego de la coca”. Eran trabajos que también se publicitaron como de investigación con el fin de atraer al público, pero lo que ofrecían al televidente eran temas impactantes tratados superficialmente.

La mayoría de los reportajes abordaban asuntos controvertidos o delincuenciales con un enfoque sensacionalista. En su selección temática optaba casi siempre por aquellas informaciones más susceptibles de generar conmoción en el televidente o de fomentar el espectáculo visual: sexo, catástrofes, curiosidades y sucesos.

Entre los reportajes analizados hemos encontrado muy pocos que se salían de esa tendencia. “Yo fui víctima de ETA”, es uno de ellos. En este trabajo se entrevistaba, por primera vez en televisión, a José María Ryan; el hijo del ingeniero del mismo nombre, secuestrado y asesinado por ETA en 1981. La banda terrorista utilizó a Ryan como medida de presión para que cesaran las obras de la construcción de la central nuclear de Lemóniz.

GPS testigo directo era un programa claramente diseñado para intentar captar a la audiencia con temas sensacionalistas, potenciando las emociones con una realización efectista y un lenguaje llamativo. Antena 3 TV siguió programando el espacio de forma intermitente hasta finales del año 2009.

8.4.5. A fondo: zona cero

A fondo: zona cero fue otro proyecto de Antena 3 TV para hacer reportajes de investigación. Este programa nace en abril de 2009, gracias al éxito que estaba teniendo la sección *A fondo* (reportajes más elaborados de unos tres minutos) dentro de los informativos diarios. La intención era que los Servicios Informativos de la

¹⁶⁰ Productora creada en Barcelona en 1994, que inicialmente se centró en el cine y que poco a poco fue posicionándose en el sector de la televisión donde principalmente suministraba servicios. Más tarde produjo las primeras temporadas del programa *Callejeros* (Cuatro) o *Arena Mix* (Antena 3 TV). En el año 2005 se convirtió en accionista de La Sexta.

cadena realizaran esos mini espacios de manera más extensa en un programa de periodicidad semanal y en horario de *prime time*. Según la nota de prensa enviada a los medios pretendía ser “un espacio de actualidad, en el que tendrán cabida reportajes especiales, de investigación, entrevistas exclusivas y otro tipo de formatos adaptados a los temas de interés general” (www.antena3.com, 2009).

El primer reportaje de *A fondo: zona cero*, relataba la historia de una niña rumana en España, Mirela. Denunciaba la explotación que sufrían cientos de niños rumanos a manos de sus padres, familiares y otros adultos que organizaban su labor de hurto y mendicidad en nuestro país.

El reportaje, que se emitió en dos partes, ofrecía el testimonio de una persona que vivía en uno de los asentamientos rumanos, en Madrid, y que participaba en la mafia que organizaba la actividad delictiva de los niños. Se explicaba, con detalle, cómo llegaban los niños a España, cómo se falsificaban sus documentos, cómo se distribuían en las comunidades rumanas y cómo se les privaba de asistir al colegio.

A lo largo de todo el año 2009 se fueron emitiendo diferentes reportajes con suerte diversa. A partir de septiembre, y con la llegada de los estrenos televisivos la competencia se hizo más fuerte. En sus dos primeras emisiones tuvo un 7,1% y un 7,7% enfrentándose al concurso de *Gran Hermano* y la serie de éxito en TVE 1, *Cuéntame*. A la semana siguiente fue trasladado al *late night*, donde se mantuvo hasta el mes de enero de 2010.

8.4.6. “Fábrica de bebés” y “Niños robados”

En el año 2010 Antena 3 TV emitió uno de los reportajes para la televisión más interesantes de los últimos años. El trabajo lo dividieron en dos partes. Primero programaron “La fábrica de bebés” y después, “Niños robados”.

La página *web* de Antena 3 TV anunciaba que “el reportaje de investigación aportaba pruebas y testimonios exclusivos sobre la existencia de una red de venta de recién nacidos en Madrid hace tres décadas” (www.antena3.com, 2010). Mark Wieting, director de estos dos trabajos, los califica como buenos ejemplos de investigación periodística en televisión.

Era un tema donde había muchísimos afectados, miles de familias que estaban desamparadas, que no sabían qué hacer, dónde acudir, estaban desesperados. Yo creo que ahí el periodista puede dar voz a esta gente, y destapar una serie de cosas que alguien quería ocultar. Era un reportaje donde existían una serie de pruebas que nadie te facilitaba y que había que conseguirlas mediante la investigación periodística (2015).

Hay que señalar que algunos hechos eran conocidos por haber sido descubiertos por la revista *Interviú* en el año 1981. La periodista María Antonia Iglesias, que trabajó para *Informe semanal*, fue directora de los Servicios Informativos de TVE y autora de varios libros basados en entrevistas periodísticas, y el fotógrafo Germán Gallego, fueron los autores de una serie de reportajes publicados en los números 298, 299 y 301. Las figuras 200 y 201 muestran algunos de los fragmentos de esos reportajes publicados por la revista *Interviú*.



(Figura 200: reportaje que denuncia a Sor María. Fuente: *Interviú*)



(Figura 201: fotografía de un recién nacido muerto y colocado en una nevera de la clínica San Ramón. Fuente: *Interviú*)

Los artículos relataban que una monja, sor María, que trabajaba en la clínica privada San Ramón, en Madrid, robaba los recién nacidos a madres desamparadas y se los vendía a familias adineradas. La religiosa presionaba a las madres solteras para que renegaran de sus bebés y se los entregaran a parejas de clase alta.

Casi treinta años después, Jesús Duva, publicó en el dominical del diario *El País*, en noviembre de 2008, un reportaje titulado “La llamada de la sangre” (Duva, 30-11-2008). Un amplio relato en el que se recogían las historias de varias hijas adoptadas que buscaban desesperadamente su auténtica identidad y a sus verdaderos padres.

Este trabajo fue sin duda un punto de inflexión. Se retomaron las investigaciones efectuadas por *Interviú* y se aportaron nuevos casos que impulsaron la reapertura del tema. “Ese reportaje supuso una auténtica conmoción social y provocó una marejada entre quienes andaban a la búsqueda de sus orígenes. A través del correo electrónico, el teléfono y el correo postal llegaron un aluvión de historias, que en algunos casos sirvieron de enlace entre unos y otros” (Duva y Junquera, 2011: 26).

El 21 de febrero de 2009, el suplemento dominical de *El País* volvió a tratar el caso en profundidad. Publicó un amplio reportaje titulado “La fábrica de bebés” (Duva, 21-2-2009). Esta vez, el trabajo aportaba muchos más datos e indagaba en la trama urdida por el ginecólogo Eduardo Vela y sor María. Descubría que en todas las adopciones irregulares aparecían siempre idénticos protagonistas: el mismo doctor, el mismo abogado, el mismo notario y los mismos intermediarios. Además, mencionaba a dos personajes claves en la trama; que ayudaron a los cabecillas y que estuvieron involucrados en la venta de bebés.

Primero, un taxista encargado de trasladar de Madrid a Valencia a las madres que acababan de adoptar a su bebé recién nacido. De hecho, Duva desvelaba que en la comarca valenciana de L’Horta había un sospechoso número de niños adoptados. En concreto, en un pueblo, había nueve chicos a los que se les conocía como “los niños de Madrid”. Todos ellos eran hijos de parejas que rondaban los cuarenta años, sin más descendencia y bien situadas económicamente. Segundo, un técnico de mantenimiento de la clínica, que debía inscribir en el Registro Civil a los niños supuestamente abandonados por sus madres.

En nuestra opinión el reportaje de *El País*, “La fábrica de bebés”, sirvió de inspiración al reportaje de Antena 3 TV. No sólo porque le copiara el título también, como reconoce Mark Wieting, porque bastante de la información provenía de ese trabajo.

A pesar de ser una investigación ya publicada, los reportajes de Antena 3 TV ofrecían testimonios, datos y documentos novedosos. “La fábrica de bebés” contaba como sor María y el ginecólogo Eduardo Vela, orquestaron durante los años setenta y ochenta un cruel negocio. Se basaba en el engaño a las madres que daban a luz en varias clínicas madrileñas. Les aseguraban que su hijo había muerto en el parto pero en realidad vendían ese bebé a familias adoptantes.

El reportaje utilizaba la cámara oculta para entrevistar a personas que estuvieron implicadas en aquellos hechos. Por ejemplo, al taxista, ya mencionado, encargado de llevar a distintos puntos de Valencia a los niños recién nacidos. El conductor reconocía que formaba parte de aquel negocio. Durante algunos años llevó en su taxi a las madres con sus hijos adoptados y se deduce que, en contraprestación, sor María le concedió dos hijos. Los reporteros de El Mundo TV le localizaron y le preguntaron en la calle sobre su implicación en el caso.



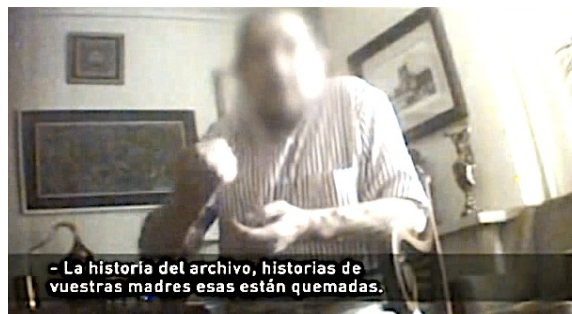
(Figura 202: entrevista con cámara oculta al taxista que trasladaba a las madres adoptantes a Valencia. Fuente: Antena 3 TV)

Especialmente importante y exclusivo era el testimonio de una de las enfermeras que trabajó en la Clínica San Ramón durante aquellos años. Grabada con su consentimiento, se sinceraba ante la cámara reconociendo todas las irregularidades que cometió el doctor Vela. Asistió junto al ginecólogo a muchos partos de niños que luego fueron vendidos a madres que no podían tener hijos. Afirmaba que en el congelador de la clínica había siempre un bebé muerto que utilizaban para mostrárselo a las parturientas y así convencerlas de que su hijo había fallecido. También relataba que quemaban los cadáveres en una caldera de los sótanos del hospital.

Por último, los reporteros de El Mundo TV localizaron a sor María y al doctor Vela. El ginecólogo fue entrevistado con cámara oculta por dos “hijos robados” en la clínica San Ramón. A ellos les confesó que él mismo se encargó de quemar todos los documentos en los que figuraban los datos personales de los padres adoptivos.



(Figura 203: cámara oculta realizada a sor María
Fuente: Antena 3 TV)



(Figura 204: cámara oculta realizada al doctor
Eduardo Vela. Fuente: Antena 3 TV)

Estas revelaciones ayudaron a poner de actualidad un caso de preeminencia social que había quedado olvidado y sus víctimas desamparadas. A partir de este momento surgieron multitud de madres que decían haber sido víctimas del doctor Vela en tres clínicas de Madrid: San Ramón, Santa Cristina y la Maternidad de O'Donnell. A raíz de todos estos descubrimientos hubo varias denuncias que provocaron la apertura de un proceso judicial. Los principales implicados tuvieron que declarar y en el momento de realizar esta tesis, el caso está pendiente de juicio.

El primer reportaje, “La fábrica de bebés”, se emitió el 3 de noviembre de 2010 en el *late night* del miércoles. Obtuvo un 13,8% y 1.196.000 espectadores de media. Fue la segunda opción más vista de la noche, tras Telecinco. El segundo capítulo, “Niños robados”, se programó una semana después y tuvo menos repercusión con un 11,1% de *share* y 1.107.000 televidentes.

Tras visionar los reportajes es difícil interpretar porqué no obtuvieron datos de audiencia más notables. Era un tema que estaba de actualidad, que afectaba a muchas víctimas y que tenía bastantes alicientes. Además, el programa que precedía a “Tráfico de bebés” fue la serie *Hispania*, que congregó a 4.793.000 y consiguió un 25,8% de *share*.

Entre las posibles carencias señalaremos la realización. Al ser sucesos ocurridos hacía muchos años resultó muy difícil explicarlo con imágenes. Para paliar esa limitación se efectuaron numerosas reconstrucciones que servían para ilustrar lo que denunciaban los afectados. Sin embargo, la solución no resultaba muy efectiva. Era más bien melodramática, ya que, incluso, los actores seguían un guión que tenían que interpretar. Las figuras 205 y 206 corresponden a dos momentos de las recreaciones efectuadas en el reportaje “Tráfico de bebés”.



(Figura 205: enfermera vigilando a una mujer embarazada en la clínica. Fuente. Antena 3 TV)



(Figura 206: parturienta con un chupete en la mano en el pasillo. Fuente: Antena 3 TV)

Mark Wieting explica que necesitaron siete meses para realizar estos dos reportajes. Contaba con un equipo muy reducido, él y dos periodistas más. Asegura que ellos hicieron los dos primeros reportajes de investigación en profundidad para televisión sobre este tema y que más tarde el caso traspasó fronteras (2015).

La cadena BBC británica hizo un reportaje sobre los niños robados emitido el 18 de octubre de 2011. Se tituló “*Spain's stolen babies and the families who lived a lie*”¹⁶¹. También en Francia prestaron atención al caso. La cadena pública *France 3* emitió un documental llamado “¿Dónde estás? *Les enfants volés*”, el 11 de febrero de 2013.

En España, el tema despertó tanto interés que las dos principales cadenas comerciales se disputaron llevar la historia a la ficción. El 19 de septiembre de 2012, Antena 3 TV emitió la miniserie de dos capítulos “Historias robadas”. Un año más tarde, Telecinco hizo lo mismo con otra serie llamada “Niños robados”.

También se han escrito varios libros sobre el tema, entre ellos, “Vidas robadas”, de los periodistas de *El País* Jesús Duva y Natalia Junquera.

¹⁶¹ “Los niños robados en España y las familias que vivieron engañadas”. Fue emitido en la BBC two. Estuvo nominado a los premios *The Royal Television Society*, en la categoría de mejor trabajo de actualidad internacional.

8.4.7. Equipo de investigación

Como venimos apreciando en esta tesis el título no suponía un quebradero de cabeza para los creadores de estos programas. *Equipo de investigación*, el cuarto con este título tras el de TVE, en 1989, Antena 3 TV, en 1994 y el de Canal Sur, en 1995, nace en enero de 2011 y todavía permanece en antena.

Este programa, producido por Antena 3 TV, surge como un espacio de reportajes de actualidad de unos cincuenta minutos, de periodicidad semanal y programado en horario del *late night*. La periodista Gloria Serra, desempeña el papel de presentadora y realiza las locuciones. Está dirigido desde sus inicios por Begoña Chamorro¹⁶².

Analizaremos pormenorizadamente el programa *Equipo de investigación* por las siguientes razones:

1/ A pesar de su periodicidad semanal, consigue realizar de manera esporádica reportajes de investigación.

2/ Tiene similitudes en el fondo y en la forma con nuestro objeto de estudio, *Diario de...* Entre otras, también experimenta el cambio de cadena cuando se produce la fusión de Antena 3 TV y La Sexta.

3/ Ha obtenido el respaldo de la audiencia. En estos cinco años ha logrado fidelizar a una parte del público, primero la noche de los lunes, y en la actualidad, la de los viernes.

4/ Al contrario de la tendencia, se trata de un espacio consolidado, lleva cinco años emitiéndose de manera continuada. Tan sólo sufre parones de producción en el mes de agosto.

5/ Es un programa que en sus últimos tres años de existencia se ha programado en horario de *prime time*, entre las 22:30 y las 23:00 h, contraviniendo así una constante que hemos apreciado en las televisiones privadas; que este tipo de formatos tienen un encaje complicado en esa franja horaria.

¹⁶² Trabajó en los informativos de Telecinco desde el año 2001 hasta el 2007. En Antena 3 TV, dirigió el programa *Maneras de vivir* y posteriormente *Equipo de investigación*.

Dividiremos el análisis de este programa en dos etapas. La primera se desarrolla en Antena 3 TV durante dos años y la segunda, tiene su prolongación en La Sexta, cadena en la que todavía permanece en antena.

8.4.7.1. Primera etapa: (2011-2013)

En esta primera etapa, que dura exactamente dos años, se emiten ochenta y dos reportajes en las tres temporadas. Según la declaración de intenciones del programa, desde sus orígenes buscaban profundizar, analizar e investigar aquellas noticias sobre las que el periodismo rutinario no se detenía: “Nuestra intención es sacar a la luz lo que no se ve a simple vista, contar las cosas de una forma distinta. Ser críticos. E Investigar aquellos casos que pasan ante nuestros ojos de manera vertiginosa” (*www.antena3.com*, 2012).

Los primeros programas “Traficantes de cobre” y “Pacto de silencio” se promocionaron con la cabecera del espacio 3D¹⁶³, pero estaban realizados por los miembros de *Equipo de investigación*. El tercer reportaje “Vuelos X”, ya se anunciaba con el logotipo del nuevo espacio.



(Figura 207: primer logotipo del programa *Equipo de investigación*. Fuente: Antena 3 TV)

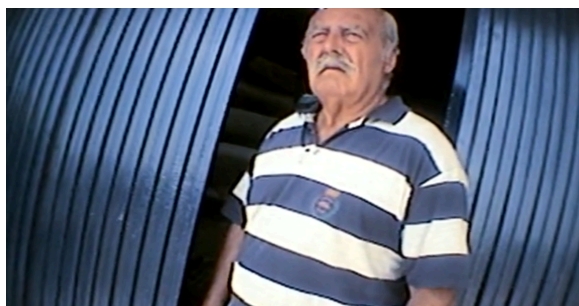
El cuarto reportaje, “Los pinchazos del golpe”, es un ejemplo de lo que los programas semanales se ven impelidos a hacer en más de una ocasión. Los tiempos de producción son tan acotados que deben amortizar el material ya emitido y reutilizarlo. Así, construyeron una historia que se sustentaba en datos ya

¹⁶³ Programa magazine de actualidad emitido en las tardes de Antena 3 TV y presentado por Gloria Serra y Roberto Leal.

conocidos y en imágenes de archivo. El resultado nada tiene que ver con un reportaje de investigación.

El hilo conductor de “Los pinchazos del golpe” eran las conversaciones telefónicas grabadas al Teniente Coronel Antonio Tejero y al abogado ultraderechista García Carrés, durante el golpe de estado del 23-F de 1981, conseguidas por el equipo de *Crónica de una generación*, diez años antes. También aprovechaban unas imágenes y un seguimiento realizado a Antonio Tejero en su casa de Torre del Mar (Málaga), ya emitidas por el programa *7 días, 7 noches*. Su autor recuerda de qué manera las obtuvo. “Nos dijeron que estaba en un apartamento en Torre del Mar y que todas las mañanas paseaba por la playa, y efectivamente allí le encontramos. Le grabé con cámara oculta y este documento se ha repetido mil veces en televisión” (Wieting, 2015).

En las figuras 208 y 209 se puede ver a Antonio Tejero grabado con cámara oculta por el periodista Mark Wieting.



(Figura 208: cámara oculta grabada a Tejero en la puerta de un almacén. Fuente: Antena 3 TV)



(Figura 209: cámara oculta grabada a Tejero en la puerta de su casa. Fuente: Antena 3 TV)

El reportaje titulado “El precio del fraude”, exponía las diferentes argucias que se emplean en España para defraudar a los organismos públicos. El argumento principal era la “Operación Karlos”, ya mencionada en el capítulo 8.2.1, que implicaba a María José Campanario en un fraude a la Seguridad Social.

Fue emitido el 11 de abril de 2011 coincidiendo con el estreno de *Diario de... denuncia tu causa* en Cuatro. Como se aprecia en la comparativa de la tabla 39, el espacio de Antena 3 TV superó ampliamente al de Mercedes Milá. De hecho, en esa primera temporada, que se programó los lunes, tuvieron varios momentos de coincidencia en emisión y casi siempre se dio esa tendencia.

<i>Diario de...</i>	Fecha	Share	<i>Equipo de investigación</i>	Share
Programa 1	11-4-11	7,6%	“El precio del fraude”	15,6%
Programa 2	18-4-11	8,1%	“Infiltrados”	8,7%
Programa 3	25-4-11	8,2%	“Las cuentas del burdel”	12,2%
Programa 4	2-5-11	7,4%	No hubo emisión	-----
Programa 5	9-5-11	6,3	“Los nuestros”	6,5%
Programa 6	16-5-11	9,7%	“El secreto de los nuevos ricos”	9,3%
Programa 7	23-5-11	10,8%	“Quién quiere ser alcalde”	7,2%
Programa 8	30-5-11	6,3 %	“Hipotecados”	9,3%
Programa 9	6-6-11	7.8%	“La herencia de Gil”	8%
Programa 10	13-6-11	8%	No hubo emisión	-----
Programa 11	20-6-11	10,1%	No hubo emisión	-----
Programa 12	27-6-11	7,5%	No hubo emisión	-----
Programa 13	4-7-11	7,3 %	“La dieta Dukan o el negocio de adelgazar”	17,8%
Programa 14	11-7-11	7,7%	“Sheila: caso abierto”	14,6%

(Tabla 39: días de coincidencia de la primera temporada de *Equipo de Investigación* con *Diario de...* En rojo la audiencia más alta. Fuente: elaboración propia, datos Kantar Media)

Aunque los dos programas no se emitían exactamente en el mismo horario si ocupaban la franja del *late night*. Los datos revelan que *Equipo de investigación*, de los diez días de coincidencia, obtuvo más *share* que *Diario de...* en ocho de ellos. Hay que señalar que Antena 3 TV era una cadena con mayor visibilidad que Cuatro. La media del año 2011 de la emisora de Mediaset fue de un 6,1% de cuota de pantalla y la del Grupo Planeta alcanzó el 11,5%.

En esta primera temporada destaca el dato de audiencia conseguido por el reportaje "La dieta Dukan o el negocio de adelgazar". Estudiaremos este trabajo porque al examinarlo hemos apreciado bastantes similitudes con uno de los reportajes emblemáticos de nuestro objeto de estudio, “Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco”.

1/ Ambos temas afectaban a la salud. Sí hay millones de personas que quieren dejar el tabaco, también hay muchos ciudadanos que quieren adelgazar.

2/ Investigaban la composición de la dieta y los ingredientes del tabaco. Los dos reportajes basaban su investigación periodística en revelar aspectos desconocidos para el consumidor y dárselos a conocer.

3/ En los dos reportajes se plasmaba el día a día de una persona que sufría las consecuencias en su salud. Se hacía el seguimiento a una mujer que quería

adelgazar y a otra que quería dejar de fumar. También se ofrecían testimonios de adictos a la dieta Dukan y al tabaco.

4/ Entrevistaban a expertos nutricionistas que alertaban de los peligros para la salud del método Dukan. La mayoría la consideraban una dieta milagro. En el trabajo de *Diario de...* había declaraciones de neumólogos advirtiendo de los efectos nocivos del tabaco.

5/ Se trataba el aspecto económico. La dieta Dukan es un negocio que enriquece a su creador, pero también salen beneficiados los productores de salvado de avena, ingrediente clave en la dieta Dukan. En el sector del tabaco, tanto el Estado, con la recaudación de impuestos, como los productores de tabaco ganan mucho dinero con su comercialización.

6/ Por un lado se entrevistaba al inventor de la dieta, el francés, Pierre Dukan, y por otro, se “asaltaba” a los responsables de comunicación de *Altadis*. Cada uno con su método, pero ambos programas intentaban hablar con todas las partes implicadas en el tema.

“Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco”	“La dieta Dukan o el negocio de adelgazar”
Tema de salud: tabaquismo	Tema de salud: obesidad
La investigación: los ingredientes del tabaco	La investigación: la composición de la dieta Dukan
Seguimiento a una fumadora que quiere dejar el tabaco	Seguimiento a una mujer que quiere adelgazar
Entrevistas a expertos: neumólogos	Entrevista a expertos: nutricionistas
Punto de vista económico: la producción de tabaco	Punto de vista económico: la producción de avena
Entrevista a los productores de tabaco	Entrevista al creador de la dieta Dukan

(Tabla 40: similitudes entre “Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco” y “La dieta Dukan o el negocio de adelgazar”. Fuente: elaboración propia)

El reportaje tenía la clara intención de investigar a fondo la dieta Dukan: analizaba su composición, observaba sus resultados, extraía las consecuencias, sin embargo, en el cómputo global faltaba una verdadera denuncia periodística. No se infiere del reportaje que la dieta sea engañosa, que oculte su composición o que recomiende alimentos nocivos. Echamos de menos la intervención de algún

representante de la sanidad española o francesa que justifique o aporte datos que evidencien que esa dieta es un peligro para la salud.

El crítico del periódico *La Vanguardia* no entendía que se criminalizara la dieta, por el mero hecho de ser famosa. “En ese reportaje televisivo, muy efectista, la voluntad informativa quedaba en cierto modo empañada por una tentación sensacionalista de aire alarmista. Al fin y al cabo, ¿alguno de nosotros está comiendo correctamente?” (Amela, 8-7-2011).

Equipo de investigación realizó en su primera temporada veinticinco programas. En los ocho meses que duró esta etapa registró una media del 12%, cinco décimas por encima de la media de Antena 3 TV durante el año 2011.

En su segunda temporada, *Equipo de investigación*, cambió de día de emisión. El programa pasó a la noche de los viernes sustituyendo a uno de los espacios que más tiempo llevaba en la cadena, *Dónde estás corazón*¹⁶⁴. El reportaje de estreno es uno de los que más repercusión tuvo. “La SGAE de Teddy” se emitió el 30 de septiembre de 2011 a las 00:00 h. Obtuvo un 15,8 % de cuota de pantalla y 1.454.000 espectadores de media. Fue el segundo programa más visto de su franja, tras *Sálvame deluxe* (Telecinco), y estuvo por encima de la media de la cadena, un 12,7% ese día.

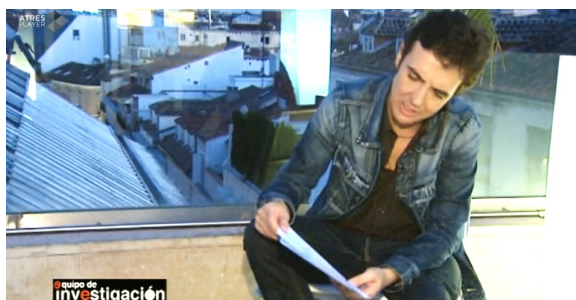
El reportaje, de más de una hora de duración, explicaba porqué el máximo dirigente de la Sociedad General de Autores de España (SGAE), Teddy Bautista, había sido detenido por apropiación indebida y administración fraudulenta.

El programa hacía una radiografía del personaje consiguiendo testimonios de personas muy allegadas a él –su ex mujer, un antiguo componente de su grupo de música–, descubriendo imágenes valiosas de su pasado, –secuencias grabadas en Súper 8 y declaraciones de Camilo Sesto llamándole Judas– y ofreciendo datos reveladores de su vida.

El reportaje también puso al descubierto su gestión al frente de la SGAE. Revelaba los cuestionables métodos de recaudación de la entidad sin ánimo de lucro. 250 inspectores repartidos por todo el país se dedicaban a conseguir dinero por derechos de autor “como sea”. Así lo expresaba uno de estos recaudadores al programa.

¹⁶⁴ *Talk show* dedicado a la crónica rosa que se emitió en Antena 3 TV durante ocho años. Estaba presentado por Jaime Cantizano y producido por Cuarzo.

Durante la elaboración del reportaje, *Equipo de investigación* detectó firmas falsas en un balance de cuentas de 2007. Un perito judicial lo corroboraba y el programa lo ponía en conocimiento de algunos de los miembros de la junta directiva de la SGAE como Ramoncín, Mikel Erentxun, Víctor Manuel y Caco Senante, que accedían a hablar ante la cámara.



(Figura 210: el cantante Ramoncín, directivo de la SGAE, ve su firma falsificada. Fuente: A3 TV).

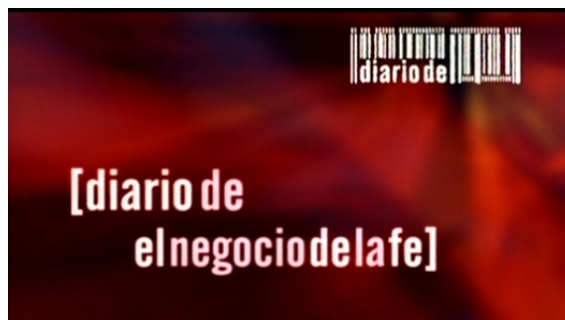


(Figura 211: el cantante Caco Senante, directivo de la SGAE, coteja su firma. Fuente: A3 TV)

La estructura de este programa también era muy similar a la de *Diario de...* Los contenidos se ordenaban por bloques que estaban identificados por rótulos que introducían cada tema que se abordaba. Las figuras 212 y 213 muestran los separadores que se empleaban en *Equipo de investigación* y en *Diario de...*



(Figura 212: separador del programa "La SGAE de Teddy". Fuente: Antena 3 TV)



(Figura 213: separador del programa "Diario de.. el negocio de la fe". Fuente: Telecinco)

Cada segmento duraba entre cinco y trece minutos, en función de la importancia de cada uno. La siguiente tabla muestra la estructura fragmentada del reportaje "La SGAE de Teddy".

Bloques	Título del separador	Time in-Time out	Duración
Sumario		00:00- 3:40	3:40
Título	La SGAE de Teddy	3:40-10:42	7:02
Bloque 1	La ambición de Teddy	10:42-17:04	6:22
Bloque 2	El gran recaudador	17:04-25:51	8:47
Bloque 3	Los hombres de Teddy	25:51-36:43	10:52
Bloque 4	Enemigo público	36:43-41:43	5:00
Bloque 5	La trama	41:43-54:53	12:50
Bloque 6	El talón de Aquiles de Teddy	54:53-1:03:47	6:54
	cabecera de salida	1:03:47	

(Tabla 41: estructura del programa “La SGAE de Teddy”.

Fuente: elaboración propia)

Sin embargo, a diferencia de *Diario de...*, *Equipo de investigación* realizaba un relato temático y no diseminaba la investigación periodística. Cada bloque trataba un aspecto diferente del caso. No había una historia que vertebrara el reportaje, si acaso la figura de Teddy Bautista servía de hilo narrativo.

Había un sumario que resumía en tres minutos lo más destacado del reportaje. A continuación, había una introducción que ponía en antecedentes del caso y daba las últimas noticias sobre la detención de Teddy Bautista. El primer bloque, analizaba la personalidad y vida privada de Teddy. El segundo, investigaba los ilegales métodos de recaudación de la SGAE. El tercero, hablaba de los artistas que formaban parte de su junta directiva y a quienes había falsificado su firma. El cuarto, mostraba cómo la gestión de Teddy había generado mucha animadversión por parte de los consumidores hacia la SGAE. El quinto, el más largo, profundizaba en la trama económica urdida para conseguir enriquecerse. Y el sexto, hablaba de los negocios paralelos de Teddy, que también estaban siendo investigados.

Las intervenciones de Gloria Serra tienen ligeras semejanzas con las de Mercedes Milá en *Diario de...* Sobre todo en la forma más que en el fondo. La realización es bastante parecida. Las entradillas suelen estar grabadas con dos cámaras y en localizaciones significativas, que tienen que ver con lo que se relata en el reportaje.



(Figura 214: entradilla de Gloria Serra en el edificio de la SGAE. Fuente: Antena 3 TV)



(Figura 215: Mercedes Milá frente a la iglesia en "Diario de... el negocio de la fe". Telecinco)

Sin embargo, la presentadora de *Equipo de investigación* se limita a realizar las entradillas del sumario y a poner la voz *off*. Las entrevistas o los "asaltos" los efectúan los reporteros del programa. La participación e implicación de Gloria Serra es muy inferior a la de Mercedes Milá en *Diario de...* Tanto cuantitativamente como cualitativamente.

Consideramos que "La SGAE de Teddy" es un reportaje de investigación porque trata un tema de relevancia social, porque tiene el afán de denunciar hechos ilegales, porque ofrece datos, imágenes y testimonios valiosos, y porque descubre hechos que permanecían ocultos. Además, tuvo consecuencias y empleó el tiempo y los recursos necesarios.

En esta segunda temporada *Equipo de investigación* produjo cuarenta y cuatro reportajes. En la tabla 42 señalamos los diez reportajes más destacados y con mejores datos de audiencia.

Reportaje	Fecha	Share
"La SGAE de Teddy"	30-9-2011	15,8%
"La otra herencia de la duquesa"	14-10-2011	14%
"El precio de un trabajo"	11-11-2011	13,1%
"Cabeza de cerdo"	18-11-2011	15,5%
"Los reyes de oriente"	23-12-2011	14,2%
"El fenómeno Dukan, mucho más que una dieta"	6-01-2012	14%
"Caso Urdangarín"	20-2-2012	10,1%
"Las cuentas de Arantxa"	23-3-2012	12,5%
"Sor María"	4-6-2012	13,2%
"El clan de los gordos"	6-7-2012	14,6%

(Tabla 42: diez reportajes de la segunda temporada de *Equipo de investigación*. Fuente: Kantar)

Tanto el reportaje “Caso Urdangarín”, dedicado a la imputación del marido de la Infanta de España, Cristina de Borbón, como “Sor María”, centrado en el caso de los bebés robados, se programaron en *prime time* y en lunes. Ambos trabajos se promocionaron como “especiales” debido a que se elaboraron ex profeso para ser emitidos a continuación del hecho noticioso. Puntualmente, *Equipo de investigación* se adaptaba a la corriente informativa y ofrecía reportajes en profundidad basados en la actualidad.

“Sor María” fue el trabajo más visto en la historia de *Equipo de investigación* con 2.312.000 espectadores de media. Fue la segunda opción para los televidentes tras *La Re-vuelta*, una continuación de *Gran hermano*. Estuvo por encima del 12,6% de *share* que obtuvo de media Antena 3 TV durante todo el día.

Laura Fernández, en el análisis realizado en su tesis a varios de estos reportajes –“Las cuentas de Arantxa” o “La fortuna de la Baronesa”– entiende que “estamos ante un programa basado en temas de actualidad, por lo que sería un ejemplo de reportajes en profundidad a pesar de que su propio título intenta convertirlos en reportajes de investigación” (Fernández Jara, 2013: 284). Asegura que el reportaje sobre la tenista Arancha Sánchez Vicario, no logró sacar al descubierto nada desconocido, aunque si analizó con detalle el caso.

La mayoría de los reportajes de esta etapa profundizaban sobre asuntos delincuenciales o de sucesos. “Cabeza de cerdo” o “El clan de los gordos” son dos ejemplos de ello. En los dos trabajos el programa colaboraba activamente con las FCSE. En el primero, para denunciar la actuación del proxeneta más conocido del polígono industrial Marconi de Madrid y, en el segundo, para mostrar la detención del clan familiar que controlaba el tráfico de drogas en la Cañada Real de Madrid. La cooperación con las FCSE es una tendencia que se convertirá en una constante durante la trayectoria de *Equipo de investigación*.

Miriam de las Heras, coordinadora de redacción durante dos años de *Equipo de investigación*, nos asegura, que en muchas ocasiones, los temas del programa se elegían teniendo en cuenta la posible colaboración con las FCSE:

En *Equipo de Investigación* solíamos trabajar a partir de noticias que ya se habían publicado. Mirábamos las noticias de los periódicos y rescatábamos las que nos podían interesar más. La principal premisa era que hubieran intervenido de algún modo las FCSE [...] La principal intención era contar con

información oficial de lo ocurrido y después poder disponer de las imágenes del suceso. Bien fuera, el seguimiento a los malos, la detención de los implicados, o las declaraciones de los policías sobre el hecho en sí (De las Heras, 2015)¹⁶⁵.

Miriam de las Heras, asegura que la sinergia con las FCSE era consecuencia de la mutua confianza y de la confluencia de intereses. El programa conseguía datos o imágenes exclusivas y los agentes lograban que sus actuaciones tuvieran la repercusión necesaria.

En la segunda temporada que duró onces meses, *Equipo de investigación*, consiguió una media de audiencia del 11,1%, ligeramente inferior a la anterior etapa. Antena 3 TV obtuvo un dato del 12,4% en el cómputo anual de 2012.

La tercera temporada comenzó en septiembre de 2012. Se emitieron trece reportajes. En la página web del programa se promocionaba: “Equipo de Investigación, más pegado a la actualidad que nunca, comienza su nueva temporada con un reportaje sobre Eurovegas” (www.antena3.com, 2012). Repasando la temática de los trabajos comprobamos que muchos de ellos abordaron asuntos informativos que estaban en todos los medios.

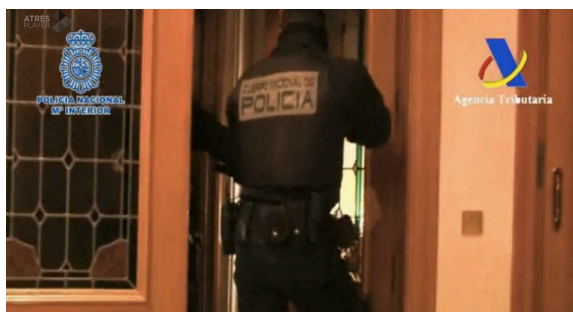
“La ciudad del pecado: Eurovegas” analizaba el proyecto lúdico que el magnate americano, Sheldon Adelson, quería construir en Madrid. “El ladrón de la catedral” investigaba el robo de un código calixtino en la catedral de Santiago de Compostela. “Bretón, enemigo público” profundizaba en el caso de la desaparición y asesinato de dos niños cordobeses. “Escándalo Hormigos” trataba la polémica provocada por la aparición en la red de una imágenes de contenido sexual de una concejala socialista de un pueblo de Toledo.

“El gran emperador”, también seguía un asunto de plena actualidad y se realizó en apenas dos días. Paradójicamente, a pesar de la falta de tiempo, estamos ante un trabajo que ofrece informaciones e imágenes valiosas elaboradas en tiempo récord. El 16 de octubre de 2012 un empresario, Gao Ping, era detenido acusado de ser el cabecilla de una mafia china. Dos días después, la noche del jueves 18 de octubre, Antena 3 TV programaba un especial *Equipo de investigación*.

Hay dos factores fundamentales que hicieron posible la realización de este reportaje en tan poco tiempo. Primero, la casualidad y segundo, la colaboración con

¹⁶⁵ La entrevista completa se adjunta en el anexo 13.1.6.

las FCSE. Casualidad, porque el empresario chino detenido había sido entrevistado por el programa un año antes, por un tema que nada tenía que ver con la detención. De esta forma disponían de un material exclusivo que les permitió hacer un retrato del delincuente chino. La cooperación con las FCSE les sirvió para ser los primeros en ofrecer una gran cantidad de imágenes de la detención de Gao Ping.



(Figura 216: imágenes policiales ofrecidas en “El último emperador”. Fuente: Antena 3 TV)



(Figura 217: la policía detiene a Gao Ping en su casa. Fuente: Antena 3 TV)

Según Miriam de las Heras, la sinergia con las FCSE era muy habitual, pero está fue la única ocasión que pudieron trabajar en paralelo.

Nosotros siempre empezábamos la colaboración en el momento en el que la operación policial estaba cerrada o casi cerrada. Una vez que había un malo entonces llamábamos a las FCSE y les pedíamos si podíamos disponer de imágenes de la detención o de la investigación que habían llevado a cabo. En función de esas imágenes, nos poníamos en marcha con ese tema, o lo descartábamos. En el tema de Gao Ping, sí que nuestra producción se realizó en paralelo a la actuación policial, pero fue más un hecho casual que planificado (2015).

Utilizaron el reclamo de la detención de Gao Ping para atraer al telespectador pero la gran mayoría de los cincuenta y siete minutos que duró el reportaje, estaban destinados a hablar de los diferentes negocios, legales e ilegales, que los chinos tenían en España. Una de estas actividades, la prostitución encubierta, estaba grabada con una cámara oculta por los reporteros del programa.

En esta etapa *Equipo de investigación* volvió a coincidir en emisión con *Diario de...*, ya que se programó los viernes en el *late night*.

<i>Diario de...</i>	<i>Fecha</i>	<i>Share</i>	<i>Equipo de Investigación</i>	<i>Share</i>
Programa 1	9-11-12	9%	“El método Tarrés”	10%
Programa 2	16-11-12	7,6%	“El negocio de la vivienda”	9,3%
Programa 3	23-11-12	6,7%	“El escándalo Hormigos”	9,1%
Programa 4	30-11-12	9,5%	“Hipotecados” (repetición)	9,7%
Programa 5	7-12-12	7,4%	“El secuestro de un niño”	10,3%
Programa 6	14-12-12	5,6%	“El clan de los gordos” (repetición)	8,1%

(Tabla 43: comparativa de audiencias obtenidas por *Diario de...* y *Equipo de investigación* en días de coincidencia en emisión. Fuente: elaboración propia, según datos de Kantar Media)

Equipo de investigación logró mejores datos que *Diario de...* todos los días de coincidencia en emisión. Incluso dos semanas en las que el programa de Antena 3 TV ofreció repeticiones de reportajes.

El 13 de diciembre de 2012, jueves, *Equipo de investigación* produjo su último reportaje de estreno para Antena 3 TV. “La sombra del Madrid Arena”, un especial sobre los sucesos ocurridos en el recinto¹⁶⁶. Se ponía fin a una etapa y se iniciaba una nueva andadura en La Sexta.

Uno de los motivos de este cambio de cadena pudo ser la tendencia a la baja de la audiencia conseguida por *Equipo de investigación* en las tres temporadas. Obtuvo un 12% en la primera, un 11,1% en la segunda y un 10,5% de media en la tercera y última.

8.5. La Sexta

El 27 de marzo de 2006 fue el comienzo oficial de las emisiones de La Sexta. Desde su origen los propietarios, un grupo de productoras de televisión¹⁶⁷, expresaron que sería una cadena heterogénea, plural y que se volcaría con los programas de entretenimiento de producción propia.

Como dato curioso, pero significativo, señalaremos que el primer rostro en aparecer en la pantalla de La Sexta fue Emilio Aragón, presidente de la cadena. Hijo y sobrino de una saga de payasos, actor, humorista, músico y empresario, Emilio

¹⁶⁶ El 1 de diciembre de 2012 fallecieron cinco jóvenes en una fiesta de Halloween celebrada en el Madrid Arena. La causa de la tragedia fue el exceso de aforo por lo que los organizadores del evento fueron imputados.

¹⁶⁷ Los principales accionistas cuando nace La Sexta son las productoras: Mediapro, Globomedia, Baintet, y El Terrat.

Aragón era el referente de una empresa que iba a reflejar de alguna manera su carácter polifacético. En su primera parrilla La Sexta ofreció fundamentalmente entretenimiento, humor y series extranjeras. Por la mañana, *Hoy cocinas tú*, un programa de cocina presentado por Eva Arguiñano; al mediodía, *No sabe no contesta*, concurso conducido por Miki Nadal y una serie norteamericana *Navy, Investigación criminal*, en el *prime time*; *Los irrepetibles*, un programa basado en el humor, el ingenio y la improvisación, presentado por Emilio Aragón, y, después, *Planeta finito*, espacio de viajes conducido por los humoristas Florentino Fernández y Miki Nadal.

Un estudio sobre la oferta televisiva de las cadenas generalistas en el *prime time* de la temporada 2006-2007, concluía que La Sexta era, con mucha diferencia, la que más tiempo dedicaba al entretenimiento. En concreto un 98,4% de sus programas tenía esa finalidad, durante esa franja de la programación, por tan sólo un 0,8% dedicado a la información y un 0,6% al “infoentretenimiento” (García Avilés y González Mesa, 2008: 51).

Paralelamente, y con la compra de derechos de retransmisiones deportivas, La Sexta invirtió decidida y reiteradamente en el deporte de máximo nivel. En junio de 2006 retransmitió el Campeonato Mundial de Fútbol en Alemania y ese mismo año, en agosto, el Mundial de Baloncesto en Japón.

Los dos espacios que vertebraron la programación de la cadena casi desde sus inicios se caracterizaban por tratar la información diaria con ironía y humor. *Se lo que hicisteis...* (en la sobremesa) y *El intermedio* (en el *access prime time*). Más tarde, en el año 2007, se les uniría *Buenafuente* (en el *late night*). Tres programas de “infoentretenimiento” que representaban la marca, la seña de identidad de La Sexta.

En los primeros años de vida de La Sexta no encontramos ejemplos de programas que aspirasen a ejercer el periodismo de investigación que aquí estamos analizando.

8.5.1 Salvados

Salvados es otro de los espacios que se creó con el propósito de tratar la información con sarcasmo e ironía. Comenzó a emitirse en febrero de 2008, los domingos en el *prime time*. Estaba producido por El Terrat, la misma productora de *Buenafuente* y una de las propietarias de La Sexta. En la actualidad permanece en antena.

El programa dirigido y presentado por Jordi Évole¹⁶⁸, ofrecía reportajes de unos sesenta minutos de duración. En ellos se aproximaba a la actualidad con un tono humorístico y caricaturesco. *Salvados* se dividía en diferentes secciones: “el temazo del follonero”, “infiltrados”, “atrílzate” etcétera. Jordi Évole era el protagonista de la mayoría de las situaciones. Su participación en cada programa era medular y quedaban patentes sus virtudes como cómico.

El programa buscaba sorprender, llamar la atención y entretener. Jordi Évole y su equipo utilizaban las fórmulas más originales e innovadoras con la intención de impactar en el espectador. *Salvados* era un ejemplo de formato de “infoentretenimiento” en que el presentador formaba parte del espectáculo. Sus apariciones en pantalla solían ser provocativas o irreverentes. Recurría a los disfraces para las entrevistas o su imagen se adaptaba al contexto como se aprecia en la figura siguiente.



(Figura 218: Jordi Évole en bañador en un momento del reportaje “Salvados por las vacaciones” emitido el 20-7-2008. Fuente: La Sexta)

¹⁶⁸ Jordi Évole se dio a conocer a nivel nacional por sus apariciones como “el follonero” en el programa *Buenafuente*. Allí representaba el papel de una persona anónima del público, que criticaba espontáneamente el programa y la actualidad diaria.

El programa fue evolucionando poco a poco, hasta llegar, a partir de 2009, a realizar, de forma esporádica, reportajes en profundidad sobre un sólo tema. La mayoría de los trabajos se sustentaban gracias a las entrevistas o a los debates sobre asuntos informativos. Paralelamente, el rol de Jordi Évole también fue modulándose hacia un perfil más periodístico y riguroso.

Sin duda, la entrevista es el género estrella en *Salvados* y el papel de entrevistador de Évole es el elemento diferenciador de este espacio. El programa demuestra acierto periodístico al conseguir que personalidades importantes accedan a participar en un espacio grabado. Logra, también, crear una atmósfera apropiada, gracias a las localizaciones de las entrevistas. Al mismo tiempo, el periodista, utiliza el tono adecuado (ni demasiado agresivo, ni pusilánime) es ágil, tiene capacidad de improvisación y busca el enfoque más didáctico que le permite tratar todo tipo de temas en televisión.

Los programas más emblemáticos de *Salvados* son aquellos que reproducen entrevistas de Évole a personajes como Felipe González (ex presidente del Gobierno), Jaume Matas (ex presidente de la Comunidad de Baleares), Florentino Pérez (presidente del Real Madrid), Julian Assange (creador de *WikiLeaks*), Pedro J. Ramírez (ex director de *El Mundo*), Baltasar Garzón (ex juez de la Audiencia Nacional), Artur Más (presidente de la Generalitat), José María García (periodista deportivo), Pablo Iglesias (secretario general de Podemos) o Esperanza Aguirre (ex presidenta de la Comunidad de Madrid). En otras ocasiones, recurrían al género del debate, con varias personalidades dialogando sobre un tema.

Como le sucede a todos los programas con una periodicidad semanal a *Salvados* le resulta complicado investigar a fondo los temas que propone. No obstante, cuenta con la ventaja de que entre temporada y temporada dispone de un periodo de producción que le permite tener algo más de tiempo. En la mayoría de las ocasiones los reportajes analizan, de una forma crítica, realidades que incumben a la mayoría de los ciudadanos. Asuntos como la educación, la justicia, la medicina o la crisis económica en España, han sido abordados en varios de sus programas. De hecho, *Salvados* es un programa que supo afrontar la coyuntura económica para tratar, semana tras semana, problemas económicos que no solían analizarse en reportajes de la larga duración. José Luis Valhondo contabiliza veinticinco reportajes relacionados con la crisis económica emitidos por el programa *Salvados*, entre 2010 y 2012. Más concretamente, estudia el titulado “Viva Spanien”, en el que se suscita

el problema de la crisis desde la perspectiva de los dependientes. Entre sus conclusiones cabe destacar que “parece posible producir televisión de calidad enfocada tanto a un espectador atento, como a aquel menos ‘enganchado’ pero que valora el esfuerzo pragmático de este periodismo” (Valhondo, 2013 :46).

Haciendo un repaso de los 212 episodios que lleva realizados *Salvados*, hasta la finalización de la octava temporada, en mayo de 2015, los mejores ejemplos de periodismo de investigación comprometido los encontramos a partir del año 2013. Hasta entonces predominan las entrevistas, los debates y los reportajes de denuncia con un toque socarrón y transgresor. “El formato ha ido evolucionando hasta establecerse como un reportaje de investigación semanal aderezado con humor, con un protagonista en el papel de detective que indaga un misterio de la realidad cotidiana” (Valhondo, 2013: 38).

“Los olvidados” es un reportaje que trata el caso del accidente de metro ocurrido en Valencia el 3 de julio de 2006, que dejó cuarenta y tres muertos y cuarenta y siete heridos. Siete años después, *Salvados* investigaba las causas de la tragedia, y lo que es más importante, examinaba la actuación de las autoridades después del suceso. Jordi Évole ponía el foco en cómo los políticos de la Generalitat Valenciana habían urdido una estrategia para ocultar lo ocurrido a la ciudadanía. Por aquellas fechas llegaba a Valencia el Papa Benedicto XVI, y se empeñaron en que el accidente pasara lo más desapercibido posible, se silenciara.

El reportaje revelaba que los técnicos designados para evaluar el accidente fueron aleccionados por los políticos para que afirmaran que fue un hecho imprevisible e inexplicable. Sin embargo, Évole y su equipo ponían sobre la mesa testimonios y datos que evidenciaban que la colisión del metro se podía haber evitado. La línea 1, por la que circulaba el tren era la más vieja y deteriorada de todo el metro de Valencia, y su seguridad estaba cuestionada desde hacía tiempo. De hecho, el lugar del accidente estaba señalado como punto negro de la red.

La gestión posterior al accidente estaba plagada de irregularidades. El libro de averías del tren se había desintegrado y las copias habían desaparecido. Técnicos de Ferrocarriles de la Generalitat Valenciana (FGV) habían inspeccionado, sin previo aviso, el vehículo siniestrado los días siguientes al suceso. Los familiares de los fallecidos habían recibido la visita de políticos en su propia casa ofreciéndoles un futuro mejor para sus hijos, si no removían el tema.

En el programa, Jordi Évole llevaba a cabo uno de los “asaltos”, a los que también nos tenía acostumbrados en su época de “El follonero”. En este caso, el objetivo era Juan Cotino, por entonces presidente de las cortes valencianas. El periodista primero lo intentaba telefónicamente y, posteriormente, en persona.



(Figura 219: acompañado de los afectados, Évole llama por el móvil a Juan Cotino. Fuente: La Sexta)



(Figura 220: Jordi Évole “asalta” a Juan Cotino en la calle. Fuente: La Sexta)

“Los olvidados” consiguió poner de actualidad y llamar la atención sobre un caso que se había querido ocultar deliberadamente por parte de los responsables políticos. El reportaje propició que la investigación judicial se reabriera en enero de 2014, y en junio de ese mismo año, el juez decidió imputar a tres técnicos de (FGV). En Septiembre de 2015, el nuevo gobierno en la Comunidad Valenciana promovió una segunda comisión de investigación en las cortes valencianas.

El programa, emitido el 28 de abril de 2013, fue visto por 3.320.000 espectadores de media, un 15,5% de cuota de pantalla. Fue la segunda opción en su franja horaria, el *prime time* del domingo, tras una película de TVE 1. A pesar de la menor visibilidad de La Sexta, logró superar a los espacios de Telecinco, y Antena 3 TV.

Es destacable la notable repercusión que tuvo el reportaje en las redes sociales y entre los críticos de televisión. El periódico *El País* calificaba “Los olvidados” como “un documento esencial para estudiar la solidaridad ciudadana, el comportamiento de cierta clase política atrofiada, el de una parte de la judicatura absolutamente insensible y el de unos medios supeditados al poder hasta el servilismo” (Harguindey, 26-8-2014).

Justo Serna afirmaba, también en *El País*, que el reportaje hizo historia por dos motivos: “por una parte, el programa tuvo máxima audiencia; por otra, Évole

investigó, entrevistó haciendo crónica. El resultado fue un producto periodístico de excelente factura y gran efecto” (Serna, 30-4-2014).

El reportaje obtuvo el reconocimiento de los Premios Ondas. Consiguió el galardón a la mejor cobertura informativa en ese año 2013. También El periódico *New York Times* elogió la labor investigadora de *Salvados*. Destacaba el carisma y la determinación del periodista catalán para denunciar abusos de poder políticos y financieros. Lo comparaba con el cineasta Michael Moore y ponía en valor la habilidad de ambos para destapar escándalos (www.elpais.com, 1-7-2013).

A medida que el programa fue madurando y que la audiencia respaldaba los reportajes más comprometidos, *Salvados* fue realizando cada vez más trabajos de investigación periodística. Jordi Évole quería ir más allá de la crítica social. “Debemos profundizar en la investigación periodística. Me gustaría llegar a destapar temas propios” (Évole, 17-10-2014).

El último ejemplo de ese afán por buscar algo más que el análisis o la crítica ha sido “Zaida, la historia de una derrota”. El reportaje estaba basado en una entrevista en profundidad a una capitán del ejercito que denunciaba haber sido acosada sexual y laboralmente por un superior. Por primera vez, Zaida Cantera hablaba en una televisión para relatar el trato degradante que había sufrido por parte del Teniente Coronel Lezcano.



(Figura 221: entrevista a Zaida Cantera en el parque de El Retiro de Madrid. Fuente: La Sexta)

Tras conseguir llevar a su superior ante un juez, siendo condenado a dos años y diez meses de cárcel, Zaida Cantera se vio hostigada y rechazada por todo el estamento militar. El castigo que le imponía el ejercito por haber sido desleal era la marginación laboral y la persecución legal. Hasta el punto de poder ir a prisión seis años por, supuestamente, falsificar una firma.

Salvados pretendía denunciar que en el ejército español seguía imperando la ley del más fuerte, es decir, según Zaida el que tiene más estrellas en su hombro es el que manda. El rango otorga la credibilidad y la razón, y un inferior nunca puede atreverse a romper la cadena de mando, bajo ningún concepto. El reportaje ponía en cuestión, a través del caso de Zaida, el funcionamiento del Ejército español.

“Zaida, la historia de una derrota” se emitió el domingo 8 de marzo de 2015 y obtuvo un magnífico dato: un 17,1% de *share* y 3.544.000 espectadores. Fue líder en su franja, el *prime time*, y estuvo diez puntos por encima de la media de La Sexta ese día.

Tras la emisión del reportaje el caso de Zaida llegó hasta el Congreso de los Diputados. Diversos grupos parlamentarios pidieron la dimisión del Ministro de Defensa Pedro Morenés y de los diferentes mandos militares por participar en la persecución de la capitana. A día de hoy no ha habido dimisiones, pero el reportaje provocó un intenso debate sobre el modelo de Fuerzas Armadas que impera en España.

A los dos meses de la emisión del reportaje, Zaida Cantera consiguió la baja definitiva del ejército por la pérdida de condiciones psicofísicas para el servicio a causa del acoso que sufrió. La pensión que le fue concedida era la máxima posible.

Tras analizar algunos de los reportajes de la etapa comprendida, entre 2013 y 2015, podemos afirmar que *Salvados* es un programa que tiene unas características que lo hacen diferente a la mayoría de espacios de reportajes analizados en esta tesis.

1/ Por el rol de Jordi Évole. Aunque otros programas, como *Diario de...*, ya habían utilizado la fórmula del “periodista protagonista”, en el caso de Jordi Évole lo que supone una novedad es su estilo. Donde más se aprecia la diferencia es en la forma de afrontar las entrevistas. Algunos críticos de televisión, como Víctor Amela, destacan esa faceta:

Jordi Évole es un periodista callejero, correoso con mucho disimulo, sin pompa ni circunstancia ni traje bien cortado ni corbata de seda, que con su campechanía se gana la confianza de la pobre presa que, cuando quiere darse cuenta, patapam, ¡ya se ha quedado sin cartera! Es buenísimo lo de Évole: con una sonrisa y fingiéndose desconcertado, ejerce de periodista sobre todas las superficies con la máxima eficacia, consigue lo que no

alcanzan otros colegas presuntamente especializados en economía o política, y pregunta lo que nadie acierta o se atreve a preguntar (Amela, 3-3-2012).

Jordi Évole ha conseguido lo que todo periodista ansía, ser creíble. Además algunos estudios, como el realizado por la empresa *Personality Media*, en el año 2015, concluyen que es el periodista más valorado de España (www.elperiodico.com, 21-9-2015). Mercedes Milá se define como una auténtica admiradora de *Salvados* y reconoce que el programa se ha ganado esa credibilidad que le permite afrontar retos impensables en la televisión comercial.

Una vez que adquieres esa credibilidad, puedes permitirte el lujo de irte a Finlandia a explicar cómo es el sistema de educación finlandés y la gente lo ve. Sobre el papel, si alguien dice en una reunión de temas que la semana que viene va a comenzar a investigar el sistema educativo finlandés, nosotros le diríamos: ¿perdona? (2015).

2/ Porque trata temas complejos de forma sencilla. En numerosas ocasiones *Salvados* ha abordado asuntos económicos y políticos, muy poco vistos en televisión. Hay que destacar la faceta didáctica del programa. Temas como el de las participaciones preferentes, el blanqueo de capitales, el funcionamiento de la bolsa, la pobreza energética, la crisis económica en Grecia o la situación de la educación o la justicia en España, no son sencillos de afrontar en un reportaje de sesenta minutos. Jordi Évole y su equipo hacen accesibles al telespectador contenidos difíciles de asimilar y muy arriesgados para la televisión comercial.

En la mayoría de las ocasiones estos temas se plantean a través de entrevistas o debates. Normalmente, son explicados por especialistas bien seleccionados por el programa para que continúen la línea didáctica de la que estamos hablando.

3/ Por su realización. *Salvados* es visualmente sencillo, sin artificios y elegante. Cada plano está pensado para dar información o ilustrar, pero no para impactar. Prevalece la calidad de la imagen sobre la cantidad de imágenes. No es efectista.

Cada reportaje tiene una presentación distinta. No hay una cabecera de programa. Dependiendo del tema hay una introducción visual diferente. Es un montaje con planos significativos y con un estilo muy cuidado. Es una edición pausada, con un ritmo coherente y acompañada de una música adaptada a cada

reportaje. Al final de cada cabecera, el título del programa se incrusta en un espacio o lugar que simbolice algo. En el reportaje “El cliente perfecto”, que denunciaba las prácticas abusivas que sufrían los consumidores por parte de muchas empresas, el título aparece entre las escaleras de un centro comercial.



(Figura 222: final de la cabecera del reportaje
“El Cliente perfecto” emitido el 17-2-2013. Fuente: La Sexta)

Las localizaciones para las entrevistas son cuidadosamente preparadas y elegidas. El lugar escogido tiene su propio significado, representa algo, que normalmente está en consonancia con lo que vaya a contar el entrevistado. Es un aspecto que *Salvados* cuida con extremo detalle y que caracteriza sus reportajes.

En el reportaje “Los olvidados”, Jordi Évole entrevista al diputado Andrés Perelló, en las cortes valencianas, lugar donde se desarrolló la comisión de investigación sobre el accidente de metro. También se cita con un maquinista de tren en el puente que cruza sobre las vías del metro de la línea 1.



(Figuras 223: entrevista a Andrés Perelló en
las Cortes valencianas Fuente: La Sexta)



(Figura 224: entrevista a un maquinista de tren
encima del lugar del accidente. Fuente: La Sexta)

4/ Por su guión. En el relato no hay voz en *off*. Todo se cuenta a través de los testimonios de los entrevistados o de la información que pueda dar el presentador a cámara. A veces se utilizan rótulos que ofrecen datos esclarecedores.

5/ Por la estructura narrativa. Los dos reportajes analizados en profundidad “Los olvidados” y “Zaida, historia de una derrota”, presentan una estructura muy similar. El guión va lentamente narrando lo sucedido de forma cronológica, siguiendo el orden por el que han sucedido temporalmente los hechos. Poco a poco se va descubriendo al espectador lo que sucede. No se anticipa nada. De hecho, no suele haber un sumario al principio, de dos o tres minutos, en el que se resuma lo más importante para atrapar al espectador. *Salvados* ha optado por una narrativa televisiva que descarta la utilización de los avances, cebos o *next coming*.

6/ Por la utilización de la redes sociales. *Salvados* es uno de los programas que mejor interactúa en las redes sociales para promocionar sus reportajes y para el seguimiento posterior de los mismos. Eso se debe, en gran parte al perfil de televidente que ve el programa de Évole. En su mayoría son hombres de entre veinticinco y treinta y cuatro años de edad, que viven en poblaciones mayores de 10.000 habitantes. *Salvados* es el programa con mejor target comercial de La Sexta, según Kantar Media (www.vertele.com, 27-01-2015).

Eso le permite que sus reportajes tengan una repercusión ilimitada. En los dos trabajos analizados el papel de las redes sociales fue fundamental para la difusión de los casos. Tras la emisión de “Los olvidados”, cinco mil personas se manifestaron en Valencia en apoyo a las víctimas del accidente, gracias al activismo en la red.

7/ Porque se emite los domingos en el *prime time*. *Salvados* comienza a partir de las 21:30 h, horario de máximo consumo. Hemos visto que algunas cadenas comerciales hicieron intentos por programar reportajes en *prime time*, pero siempre desistieron ante la falta de respuesta del público. En La Sexta, le han otorgado la confianza suficiente y el programa ha respondido con datos de audiencia magníficos. Su mejor temporada, la que va desde el 19 de octubre de 2014 al 21 de diciembre de 2014, consiguió un 15,2% de *share*. En sus primeros once programas del año 2015, registró un dato espectacular, un 14,1% de cuota de pantalla y 2.873.000 espectadores de media.

Reportaje	Fecha	Share	Espectadores
“Aló Espe”	8-2-2015	21,2%	4.635.000
“Una hora con el ministro”	15-2-2015	14%	2.963.000
“Ultimátum a Grecia”	22-2-2015	14,1%	2 918.000
“Mis primeras finanzas”	1-3-2015	13,3%	2.796.000
“Zaida, historia de una derrota”	8-3-2015	17,1%	3.544.000
“Hagan juego”	15-3-2015	13,3%	2.762.000
“Evo Morales”	12-4-2015	9,6%	1.935.000
“Varoufakis, el ministro accidental”	19-4-2015	13,1%	2.564.000
“Derecho a techo”	26-4-2015	10,2%	2.012.000
“De Urtubia a Durán”	3-5-2015	14%	2.581.000
“ETA desde dentro”	10-5-2015	16%	2.891.000

(Tabla 44: datos de los once primeros reportajes de *Salvados* en el año 2015. Fuente: www.wikipedia.org según Kantar Media)

El éxito de audiencia de *Salvados* tiene aún más mérito por la emisora en la que se emite. En estos primeros meses de 2015, La Sexta fue la cuarta opción para los televidentes y tuvo una media en el mes de abril de 7,4%. Es decir, el programa de Évole duplica los resultados de su cadena.

8.5.2. *Equipo de investigación*

Equipo de investigación experimentó el mismo cambio que *Diario de...* tras la fusión de Telecinco y Cuatro. El paralelismo es muy evidente. Los dos programas pasaron de la cadena con mayor visibilidad, la cadena madre, podríamos decir, a la que tenía menos seguimiento. Sin embargo, al contrario de lo que le sucedió a *Diario de...*, *Equipo de investigación* iba a integrarse en un proyecto en el que encajaría perfectamente.

La fusión de La Sexta con Antena 3 TV, Atresmedia, además de una alianza empresarial, significó para La Sexta la consolidación de un cambio muy profundo en su línea editorial. La cadena, ahora de la editorial Planeta, comenzaba, poco a poco, a ofrecer cada vez más contenidos informativos. Su parrilla compuesta en sus orígenes de entretenimiento, series y deportes iba a ir transformándose. Surgieron nuevos programas de actualidad y los que ya estaban, como el *Intermedio* o

Salvados empezaron a tratar la información con un punto de vista mucho más crítico.

Con la coyuntura de la crisis económica surgieron varios formatos que pretendían interpretar la actualidad periodística de manera más incisiva y comprometida. De manera progresiva aparecieron programas como, *Al rojo vivo*, *La Sexta columna*, *Más vale tarde*, *La Sexta noche* y *El Objetivo*. Todos ellos, desglosados en la tabla 45, coincidieron en ser especialmente críticos con el gobierno de Mariano Rajoy; su política de recortes económicos y los distintos casos de corrupción existentes en esos momentos.

Programa	Fecha de inicio	Género	Día de emisión
<i>Al rojo vivo</i>	10 de enero de 2011	Debate	Lunes a viernes 12:00 h
<i>La Sexta columna</i>	27 de enero de 2011	Reportaje	Viernes 21:30 h
<i>Más vale tarde</i>	29 de octubre de 2012	Magazine de actualidad	Lunes a viernes 17:00 h
<i>La Sexta noche</i>	26 de enero de 2013	Debate	Sábados 21:30 h
<i>El Objetivo</i>	2 de junio de 2013	Magazine de actualidad	Domingos 22:30 h

(Tabla 45: programas informativos de La Sexta nacidos a partir de 2011. Fuente: elaboración propia)

En ese contexto, *Equipo de investigación*, aunque no solía tratar asuntos políticos ni económicos, sí se ajustaba a la nueva línea de La Sexta, más centrada en la información. Aprovechó la tendencia informativa de la cadena para hacerse un hueco en la noche de los viernes detrás del programa *La Sexta columna*.

8.5.2.1. Segunda etapa: (2013)

Tras dos años en Antena 3 TV *Equipo de Investigación*, inicia una segunda etapa en La Sexta compuesta por tres temporadas. Como podemos ver en la tabla 46 el número de episodios se va incrementando y la audiencia mejora sensiblemente cada año.

Temporada	Reportajes	Estreno	Final	Share
1ª temporada	23	11-1-2013	5-7-2013	7%
2ª temporada	36	13-9-2013	18-7- 2014	7,3%
3ª temporada	37	19-9-2014	26-7-2015	7,4%

(Tabla 46: episodios por temporadas de *Equipo de investigación* en La Sexta. Fuente: Kantar Media)

La primera muestra de confianza que recibió el programa al cambiar de cadena fue la hora de emisión. Los directivos de La Sexta, volcados con la información periodística, apostaron por emitir en el *prime time* el espacio de reportajes conducido por Gloria Serra. Programaron *Equipo de investigación* los viernes a las 22:30 h, después de otro espacio de reportajes como *La Sexta columna*. La intención era clara, ofrecer la noche de los viernes contenidos informativos.

Paralelamente, la producción pasó de ser exclusiva de la cadena a estar compartida con Central Broadcasting Media (CBM), grupo dependiente de la productora Secuoya.

En esta etapa encontramos que la temática de los reportajes se divide fundamentalmente en dos grandes grupos: los reportajes basados en actuaciones policiales o delincuenciales y los reportajes de salud y consumo. Se dejan de lado los reportajes que siguen y profundizan sobre la actualidad informativa y los que tratan temas políticos o económicos. Estos asuntos son abordados por otros programas de la cadena como *Salvados* o *La Sexta columna*.

Laura Cárdenas y Alejandro Vázquez, dos reporteros del programa, nos confirman que la temática elegida en *Equipo de investigación* se centra básicamente en asuntos policiales, controvertidos y sociales. Lo fundamental es que tengan un mal rollo en el que focalizar las investigaciones. En el equipo hay unos “asignadores” encargados de seguir la actualidad diaria y que tienen la consigna de seleccionar aquellos temas que pueden ser interesantes para el programa. Una vez elegidos, comprueban que son factibles y se trasladan a un comité de directivos de Atresmedia que es quien decide si se ponen en marcha. Esta reunión sirve, entre otras cosas, para evitar que otros programas del grupo repitan temática (Cárdenas y Vázquez, 2015) ¹⁶⁹.

8.5.2.1.1. Temas de consumo y salud

Equipo de investigación se estrenó en La Sexta con el reportaje “Ryanair, al límite”. La emisión fue el viernes 11 de enero de 2013, a las 22:30 h. Este trabajo intentaba demostrar de qué manera la política de bajos costes de la compañía

¹⁶⁹ La entrevista completa se adjunta en el anexo 13.1.3.

aérea, conocida por sus billetes baratos, estaba poniendo en peligro la seguridad de sus vuelos.

Era un momento en el que tres aviones de Ryanair habían tenido que aterrizar, el mismo día, de manera forzosa en el aeropuerto de Manises (Valencia). El programa apuntaba como posible causa, la falta de combustible de los aparatos. Para sustentar esta teoría, *Equipo de investigación* entrevistaba a una controladora aérea del aeropuerto de Valencia, presente ese día, que aseguraba que los tres aviones declararon la situación de emergencia por falta de combustible. Además, un comandante en activo de Ryanair confirmaba al programa que tenían la orden de la compañía de ahorrar combustible en todos sus vuelos. Es más, aseguraba que el piloto que gastaba menos combustible era promocionado por la empresa con incentivos y que el que no lo conseguía era presionado o despedido.

El reportaje analizaba la repercusión que tenía en la seguridad de los vuelos la política de bajos costes de la compañía. Para ello entrevistaba a viajeros que habían sufrido algún tipo de incidente con Raynair, a asociaciones de consumidores, a pilotos, a técnicos de mantenimiento y utilizaba un reportaje emitido por el canal británico *Channel 4*, en el que dos periodistas británicas se infiltraban en el curso de formación que daba la empresa a sus auxiliares de vuelo en Irlanda. Con su cámara oculta grababan las pautas, siempre encaminadas a abaratar costes, que daban los monitores a sus trabajadores. Una vez superado el trámite, entraban a trabajar en Raynair y enseñaban el deficiente servicio que se ofrecía a los viajeros. Al mismo tiempo, *Equipo de investigación* comparaba el modo ejemplar de actuar de otra compañía, en este caso, Air Europa.

“Ryanair, al límite”, es un reportaje de cincuenta y ocho minutos de duración que englobamos entre los reportajes de investigación. Trataba en profundidad un tema de relevancia social, tenía el afán de denunciar algo; ofrecía datos y testimonios novedosos, y se utilizaban técnicas propias de esta especialidad. Aunque no tuvo repercusión alguna, fue un programa muy visto por los televidentes. 1.644.000 espectadores de media siguieron el reportaje y un 8,3% de cuota de pantalla, superando en tres puntos la media de La Sexta ese día, un 5,4%.

La mayoría de los reportajes sobre consumo o salud emitidos por La Sexta en esta etapa consiguieron datos de audiencia muy notables. “El secreto de la gasolina barata” fue el que más cuota de pantalla obtuvo con un 10,3% y 1.369.000 espectadores. En la siguiente tabla aparecen los más destacados.

Reportaje	Tema	Fecha	Share
“Fecha de caducidad”	Consumo (Alimentos caducados)	18-1-2013	5,5%
“La guerra del pan”	Consumo (El negocio del pan)	15-2-2013	8,8%
“Carne de caballo, el fraude”	Consumo (Fraude alimentario)	19-4-2013	5,9%
“España barata”	Consumo (Turismo en España)	7-7-2013	6,9%
“Contrabando de comida”	Consumo (Robo de alimentos)	20-9-2013	8,4%
“El precio del aceite”	Consumo (El negocio del aceite)	29-11-2013	8,2%
“Cortina de humo”	Salud (Cigarrillos electrónicos)	14-2-2014	7,9%
“El negocio de la ropa usada”	Consumo (Ropa de segunda mano)	21-2-2014	9,2%
“El milagro de la homeopatía”	Salud (Regulación de la homeopatía)	7-3-2014	7,7%
“El precio de lo gratis”	Consumo (La piratería)	28-3-2014	8%
“La guerra del céntimo”	Consumo (El negocio del cruasán)	4-4-2014	9,7%
“La burbuja del jamón”	Consumo (El negocio del jamón)	2-5-2014	7,5%
“Epidemia silenciosa”	Salud (Anabolizantes)	16-5-2014	6,7%
“El secreto de la gasolina barata”	Consumo (Fraude en la venta de gasolina)	11-7-2014	10,3%
“El pelo, el nuevo oro”	Salud (La caída del pelo)	3-10-2014	7,9%
“Dinero de ocasión”	Consumo (Segunda mano)	17-10-2014	8,5%
“Ropa barata”	Consumo (Ropa usada)	21-11-2014	7%
“El efecto uber”	Transporte (Taxis piratas)	13-3-2015	7,8%
“El imperio del bisturí”	Salud (Cirugía estética)	20-3-2015	9,4%
“Vendedores de milagros”	Salud (Productos milagro)	10-4-2015	8,6%
“El precio de un hijo”	Salud (Técnicas de reproducción)	15-5-2015	8,1%

(Tabla 47: desglose de los reportajes de salud y consumo emitidos por
Equipo de investigación en esta etapa. Fuente: Kantar Media)

Hemos comprobado que la mayoría de los reportajes tienen un enfoque básicamente económico. En programas como “La guerra del céntimo” o “El imperio del bisturí” lo que realmente se analiza a fondo es quién hay detrás de ese negocio y qué dinero es capaz de generar. Lo sustancial, y lo que el programa entiende que puede interesar al espectador es aquello que tiene que ver con lo monetario. Todo se traduce en euros. Si alguien tiene una casa se dice su precio; lo mismo un yate, un coche, una empresa o como en el ejemplo del programa “La burbuja del jamón” –que se tasan los jamones colgados en una nave– en el que la presentadora afirma a cámara: “Están viendo veintitún millones de euros, son los jamones perfectos, puros de bellota” (“La burbuja del jamón, La Sexta, 2-5-2014).



(Figura 225: entrada de Gloria Serra en el reportaje
“La burbuja del jamón”. Fuente: La Sexta)

Según explica Alejandro Vázquez los reporteros del programa tienen la consigna de ofrecer muchos datos y titulares para darle credibilidad a lo que se está contando. Que los datos avalen la investigación. “Por ejemplo hicimos un reportaje que se llamó ‘El timo del pelo’ (El pelo, el nuevo oro) y había que sacar titulares: cuántos calvos hay en España, cuánto dinero se genera en el comercio del pelo y convertirlo en dinero” (Vázquez, 2015).

Algunos de los temas de salud y consumo desglosados en la tabla también trataban asuntos delincuenciales. En programas como “Contrabando de comida” o “El secreto de la gasolina barata”, *Equipo de investigación* colaboraba con las FCSE para el esclarecimiento de los casos. En concreto, el reportaje sobre la gasolina barata, reconstruía la historia de un empresario catalán acusado de defraudar a hacienda millones de euros con sus estaciones petrolíferas.

8.5.2.1.2. Temas en colaboración con las FCSE

En estas tres temporadas en La Sexta se han incrementado exponencialmente los reportajes en los que se colabora con las FCSE. Son decenas los trabajos en los que *Equipo de investigación* muestra el resultado de esa cooperación en asuntos delincuenciales con los distintos cuerpos de seguridad del Estado: Policía Nacional, Guardia Civil, Vigilancia Aduanera, Policía Local. En esta tabla recopilamos los más destacados.

Reportaje	Tema	Cuerpo de seguridad	Fecha	Share
“El prestamista indiscreto”	Cobradores de deudas	Policía Nacional	8-2-2013	8,1%
“El poder de la Paca”	Narcotráfico	Guardia Civil	8-3-2013	7,1%
“La mansión de la droga”	Narcotráfico	Vigilancia Aduanera	5-4-2013	6,5%
“Carteristas: la red”	Robos	Policía Nacional	10-5-2013	6,9%
“Golpe a los ángeles del infierno”	Delincuencia organizada	Guardia Civil	18-10-2013	5,8%
“Toque de queda”	Barrio conflictivo	Policía Nacional	25-10-2013	5,8%
“Encarcelados por Toni”	Delincuencia organizada	Policía Nacional	22-11-2013	6,7%
“Tirar de la manta”	Venta de falsificaciones	Guardia Civil	13-12-2013	5,8%
“Caza a la bestia”	Narcotráfico	Guardia Civil	31-1-2014	9,3%
“El refugio del capo”	Delincuencia organizada	Guardia Civil	7-2-2014	6,7%
“Los más buscados”	Atracadores de joyerías	Policía Nacional	11-4-2014	7,3%
“Contrabandistas”	Contrabando de tabaco	Guardia Civil	24-10-2014	7,9%
“El jefe de los Miami”	Delincuencia organizada	Policía Nacional	9-1-2015	7,5%
“Los ladrones invisibles”	Robos en domicilios	Guardia Civil	16-1-2015	7,6%
“El retorno de la reina”	Narcotráfico	G.C y P.N	27-2-2015	9,4%
“El cocinero de drogas”	Narcotráfico	Guardia Civil	27-3-2015	7,7%
“El pastor millonario”	Narcotráfico	Guardia Civil	8-5-2015	9,1%

(Tabla 48: recopilación de los reportajes de *Equipo de investigación* realizados en colaboración con las FCSE. Fuente: elaboración propia, según datos de Kantar Media)

Miriam De Las Heras, coordinadora del programa, nos confirma que en muchas ocasiones los temas se decidían en función de las posibilidades que había de cooperar con las FCSE. El programa había ido sembrando una relación que le hacía merecedor de la confianza de los distintos cuerpos y, al mismo tiempo, la colaboración se basaba en la mutua conveniencia:

Nosotros somos un altavoz para ellos. Ellos saben qué temas pueden ser mediáticos y pueden tener una repercusión positiva para su imagen. Les interesa que la gente sepa que sus investigaciones tienen éxito y se detiene a los delincuentes [...] Ellos, por su parte, nos ayudan a ofrecer una información más precisa de lo ocurrido y nos proporcionan las imágenes de la investigación que han realizado. Las imágenes son, sin duda, lo más valioso para los periodistas que trabajamos en la tele [...] Es una especie de *quid pro quo*. Nosotros tenemos el material que necesitamos y ellos tienen la publicidad que necesitan (2015).

Por su parte, Mercedes Martín, portavoz de la Guardia Civil de Madrid define la relación como un matrimonio que está condenado a entenderse. Lleva desde el año 1999 relacionándose con los medios y sabe lo importante que es para el cuerpo

que en una televisión nacional de a conocer cómo es su trabajo de forma tan extensa.

Para nosotros es importante porque se ven facetas de la investigación que normalmente no se dan, porque las imágenes que nosotros damos a los medios suelen estar tasadas, normalmente no pasa de los dos minutos [...] por lo tanto, es una información, que según la tipología del medio o las características que tenga, llega con un enfoque u otro y tampoco se ajusta a la realidad de la investigación. ¿Qué permite un programa como *Equipo de Investigación*, que es de una hora de duración? Pues ellos intentan recrear de alguna manera [...] cómo ha sido la investigación de la Guardia Civil, entrevistándose con los investigadores, lo cual es importante porque no es igual nuestra función como portavoces que los que han estado durante meses o años con determinados objetivos [...] *Equipo de Investigación* o programas de este tipo suelen reflejar mucho más cómo es el trabajo o las dificultades con las que nos encontramos (Martín, 2015)¹⁷⁰.

Analizando los reportajes en los que *Equipo de investigación* colaboraba con las FCSE podemos observar que en la totalidad de los casos el programa reconstruía hechos ya sucedidos. No investigaba o descubría lo ocurrido. Utilizaba las imágenes, los datos y la información que les ofrecían los agentes para realizar el reportaje. Para completar el trabajo, los reporteros de *Equipo de investigación* hacían seguimientos, entrevistas o captaban imágenes de las personas implicadas o que tenían relación en el caso.

Vamos a estudiar con más detenimiento uno de esos reportajes para verificar en que se traduce esa sinergia entre *Equipo de investigación* y las FCSE. El programa se llamó “El retorno de la reina”, emitido el 27 de febrero de 2015. Comenzó a las 22:30 h de un viernes. Obtuvo un 9,4% de *share* y 1.694.000 espectadores. La media de La Sexta ese día se quedó en un 8,0%.

El reportaje relataba cómo, Ana María Cameno, conocida como “la reina de la cocaína”, detenida en el año 2011, volvía a reorganizar, en tiempo récord, una red criminal que suministraba droga por toda España. La razón de tanta celeridad era una deuda contraída con un cártel colombiano y que estaba obligada a pagar. Una operación conjunta de la Guardia Civil y la Policía Nacional conseguía volver a detenerla.

¹⁷⁰ La entrevista completa se adjunta en el anexo 13.1.8.

Para Mercedes Martín es uno de los programas en los que mejor se refleja el trabajo en común entre periodistas y agentes:

El último tema que hicimos con ellos es un tema relacionado con Ana María Cameno (una narcotraficante). Se sabía que había sido detenida, pero lo que se contó en el reportaje fue nuestro trabajo de investigación. Para mí es un éxito que se cuente porque al final se ve reflejado el trabajo de meses, meses y meses para detener a personas que conocen muy bien cómo trabajamos, que tienen abogados que son muy buenos, que saben burlar las medidas de seguridad que ponemos. Para mí cuando ves que la imagen del cuerpo se ve reforzada, es un éxito (2015).

Equipo de investigación cuenta, en la hora que dura el reportaje, los pormenores de la investigación policial que llevó, de nuevo, a Ana María Cameno a la cárcel. Para ello pudo contar con todo tipo de documentos, datos o imágenes conseguidos por las FCSE: los seguimientos a la cabecilla, las reuniones con sus socios, las incautaciones de droga y la detención de Ana M^a Cameno. Además, los principales agentes que trabajaron en el caso dieron su versión de lo ocurrido. En la tabla 49 mostramos las aportaciones de las FCSE al reportaje.

Entrevistas concedidas por las FCSE	Imágenes grabadas por las FCSE	Datos y documentos aportados FCSE
Teniente Guardia Civil	Ana M ^a Cameno con su socio en una cafetería	Qué hizo Ana M ^a Cameno al salir de la cárcel
Inspector grupo 32 UDYCO Policía Nacional	Detención Ana M ^a Cameno en 2011	Antecedentes del novio de Ana M ^a Cameno
Jefe de grupo EDOA Guardia Civil	Ana M ^a Cameno con narcos en una cafetería	Conversación telefónica Ana M ^a Cameno
Oficial grupo 32 UDYCO Policía Nacional	Droga incautada coche de Ana M ^a Cameno	Propiedades de Ana M ^a Cameno
Unidad blanqueo de capitales Policía Nacional	Detención socio de Ana M ^a Cameno en 2014	Seguimientos a Ana M ^a Cameno
Inspector jefe crimen organizado G.C.(Cádiz)	Detención Ana M ^a Cameno y su novio en 2014	Mensajes de móvil abogado Ana M ^a Cameno
Ex jefe grupo crimen organizado P.N. (Cádiz)		

(Tabla 49: principales entrevistas, imágenes o datos aportados por las FCSE en el reportaje “El retorno de la reina”. Fuente: elaboración propia)

Las figuras 226 y 227 corresponden a dos imágenes cedidas por la Guardia Civil y emitidas en el reportaje “El retorno de la reina”.



(Figura 226: plano de la cocaína incautada a la narco. Fuente: La Sexta).



(Figura 227: la detención de Ana M^a Cameno en su casa. Fuente: La Sexta)

El reportero Alejandro Vázquez asegura que lo primero que tuvieron que hacer los cuatro periodistas que se encargaron del tema fue leerse los veinte tomos del sumario del caso facilitado por las FCSE. De ahí sacaron las direcciones, los teléfonos y las rutinas que llevaba en su día a día la narcotraficante. A partir de ahí fue más fácil reconstruir la vida de Ana María Cameno. Aún así, para Alejandro Vázquez, el reportaje conllevó una investigación periodística, ya que tuvieron que hacer un perfil sobre Ana María Cameno, de la que no se conocía su pasado.

Tuvimos que hacer un retrato de cómo era la chica de Burgos; que estudiaba en un colegio privado de monjas, cómo llega a Madrid, con quién se relaciona, quiénes eran sus amigos, sus contactos, eso a lo mejor sí que es una investigación. ¿Qué empresas puede tener? ¿quiénes son sus testaferros? ¿qué cuentas tiene? Eso sí que es investigación, y es mucho también de estar picando, picando y llegando (2015).

El reportaje reconstruía con todo detalle la investigación policial de las FCSE durante varios meses. El programa narraba los hechos como si estuvieran sucediendo en ese momento. Querían dar la sensación de que la investigación periodística y la policial iban en paralelo. El guión y la realización estaban pensados para crear la percepción de que todo pasaba al mismo tiempo.

Sin embargo, la operación “Return lío-lío” llevada a cabo por Policía Nacional y Guardia Civil culminó en octubre de 2014 con la detención de Ana María Cameno y su novio, en Cádiz. Cuatro meses después el programa emitía una minuciosa recreación de lo que fue esa operación policial.

La reportera Laura Cárdenas reconoce que en el programa se pretende dar la impresión de que todo pasa en presente, aunque sean hechos que han ocurrido hace años. Los reporteros tienen unas pautas que deben seguir a rajatabla: “Tenemos controlado el vocabulario, que a mí me cuesta muchísimo. Tenemos

controlado no hablar en pasado, tiene que ser en presente. Intentar preguntar en presente y que la gente conteste en presente. Muy difícil. Porque lo mismo hay reportajes que pasaron hace diez años” (Cárdenas, 2015).

Entendemos que si bien tiene mérito conseguir que las FCSE te ofrezcan toda la información sobre el caso, no hay una investigación periodística propia. Los reporteros se centraban en seguir los pasos que previamente dieron los agentes. Se nutrían de esa información oficial, parte de la cual ya estaba publicada por el resto de medios. El hecho ya se conocía.

Miriam De Las Heras, ex coordinadora del programa, asegura que trabajaban de esta forma porque era muy difícil cooperar en paralelo con las FCSE. Hay muchos condicionantes que determinan esa colaboración.

Considero que es muy difícil trabajar juntos y al mismo tiempo en una investigación. De hecho en el tiempo que yo estuve en *Equipo de investigación*, casi nunca se hizo. En un programa semanal, con el escaso tiempo que hay, no se pueden seguir los ritmos de la policía. Ellos trabajan de otra forma y sus tiempos no son los nuestros. Nosotros tenemos que trabajar sobre hechos consumados e investigar los flecos que hayan quedado colgando (2015).

Según la portavoz de la Guardia Civil, Mercedes Martín, el principal inconveniente para una colaboración en paralelo son las prisas con las que trabaja el periodista:

Nosotros lo que buscamos es resolver el caso. A mí lo que me interesa es, antes de informar, tener bien sujeto el tema, que la información con la que estamos trabajando haya llegado a buen puerto. Detener y que estén en prisión esa es la finalidad. Que estén en prisión o no al periodista le da igual. Si hay una operación ellos lo que quieren es informar (2015).

Precisamente el tiempo es el principal hándicap que encontramos para poder encuadrar el programa *Equipo de investigación* dentro de los llamados reportajes de investigación para la televisión. Todos los reportajes disponen de un mes para ser finalizados. El trabajo está muy estructurado y planificado. Un equipo formado por cinco reporteros, coordinados por una persona, tienen una semana para producir el tema, una semana para grabarlo, una semana para el minutado y el guión y otra para la edición. No hay prórrogas posibles, ni mucho espacio para la improvisación. Los reportajes tienen una fecha de inicio y una fecha de final.

Además, según relatan los reporteros Laura Cárdenas y Alejandro Vázquez, *Equipo de investigación* es un programa “en el que prevalece el *packaging* (empaquetado). La forma prevalece sobre el fondo, el envase”. Lo que ellos llaman el *packaging* tiene una especial importancia, hasta el punto de condicionar totalmente los contenidos.

A veces he preferido no grabar una entrevista porque no he llegado bien al sitio, porque el cámara venía un poco retrasado y no se iba a grabar bien. Una entrevista importante, porque había ruido de una fuente detrás, he preferido no grabarlo a grabarlo mal, con un poco de ruido. Sabes que esa entrevista no se va a utilizar y va a ser peor porque no admiten que tú no lo hayas producido bien. Va a ser contraproducente (Cárdenas, 2015).

Entendemos que al ser historias ya conocidas, ya que en muchas ocasiones han sido publicadas, el programa lo que pretende es contarlas de una forma atractiva y diferente. De esta forma se explicaría la supeditación del contenido a la que se refieren los reporteros.

8.5.2.1.3. Principales diferencias con *Diario de...*

Tanto Laura Cárdenas como Alejandro Vázquez fueron reporteros de *Diario de...* desde 2011 hasta 2013. Ambos conocen el método de trabajo de los dos programas y con su ayuda podemos establecer las principales diferencias que existen entre ambos programas.

1/ Objetivos. *Diario de...* tenía en los ciudadanos su principal fuente de información. Había multitud de temas que surgían de la iniciativa de los telespectadores porque uno de los objetivos del programa era servir de ayuda a la gente. En *Equipo de investigación* los principales suministradores de contenidos son las FCSE. Laura y Alejandro nos confirman que a *Equipo de Investigación* no llega nada de los televidentes. Lo que busca el espacio de La Sexta no es descubrir historias, ni siquiera denunciar hechos concretos, su objetivo es elegir un buen tema y contarlo de la manera más efectiva posible. “Mientras que en *Diario de...* se generaban historias, en *Equipo de investigación* se cuentan historias que, normalmente, ya han sucedido” (Vázquez, 2015).

2/ El tiempo disponible. Ya hemos visto que en las diferentes etapas de *Diario de...* siempre se intentó conceder más tiempo a aquellos temas que así lo requiriesen. Dependía de la investigación periodística que conllevasen. En *Equipo de investigación* el tiempo siempre es el mismo, un mes por reportaje. Eso, lógicamente, determina todo; desde el tema elegido hasta la forma de realizarlo. Cuando los reporteros salen a grabar ya hay un guión previo que condiciona sus pasos. “Hay una escaleta previa de grabación que ya te dice por donde tirar. Las cuatro secuencias que se van a contar en cada reportaje. O sea que ya sales a grabar con el producto final hecho o con la idea ya muy preconcebida de lo que vas a hacer” (Cárdenas, 2015). Esto responde a la necesidad de cumplir con los plazos de producción, ya que deben emitir un reportaje de casi una hora de duración a la semana.

En *Diario de...*, como en la mayoría de los reportajes de investigación, puedes trabajar sobre un pre guión, pero la investigación periodística suele estar llena de imprevistos, de situaciones que van surgiendo a medida que vas haciendo descubrimientos. Eso, normalmente, impide que se sigan a rajatabla unos plazos y unas pautas preestablecidas como ocurre en *Equipo de investigación*.

3/ Recursos humanos y técnicos. *Equipo de investigación* tiene un equipo humano de setenta personas. Más del doble que *Diario de...* cuando se emitía semanalmente. Bien es cierto, que el programa de La Sexta sale ininterrumpidamente de septiembre a julio, mientras que el de Cuatro hacía parones durante el año. En *Equipo de investigación* hay cuatro grupos de trabajo en la redacción. Cada uno está formado por cinco reporteros, un “asignador” y un coordinador que se encargan de realizar un reportaje al mes. A esto hay que añadirle la producción, la dirección del programa y el equipo de realización. Según nos confirman Laura Cárdenas y Alejandro Vázquez, es en este último departamento donde se encuentran las mayores carencias.

4/ La presentadora y los reporteros. El rol de Mercedes Milá ya está suficientemente analizado. Por su parte, Gloria Serra se limita a leer el *off* y hacer algunas entradillas del inicio del programa. Por ese motivo los reporteros de *Equipo de investigación* salen en pantalla desarrollando la labor de conductores del reportaje. Tienen la tarea de dar continuidad a los casos. Es decir, si entrevistan a alguien tienen que grabar la secuencia de su entrada y su salida del local. Si van buscando un piso o al malo tienen que verbalizar las situaciones para crear el

ambiente oportuno. Además, eventualmente, son ellos los que realizan los “asaltos” cuando la situación lo requiere. Es, por tanto, habitual que salgan en los reportajes, como observamos en estas dos figuras.



(Figura 228: Alejandro Vázquez en el reportaje “El retorno de la reina”. Fuente: La Sexta)



(Figura 229: Laura Cárdenas en el reportaje “El retorno de la reina”. Fuente: La Sexta)

5/ Las prácticas detectivescas. En *Diario de...* la cámara oculta era una herramienta esencial. En los reportajes de *Equipo de investigación* se ha utilizado esporádicamente. Tampoco observamos que recurran habitualmente a la infiltración de los periodistas o al periodismo encubierto.

Sí utilizan, sin embargo, otras técnicas detectivescas como los “planos robados”, los “seguimientos” y las “entrevistas robadas”. Explicaremos en este punto en que consisten estos métodos muy empleados por el programa:

Los “planos robados” son las imágenes captadas, por una cámara situada a cierta distancia y camuflada para no ser vista, a personajes o situaciones concretas. Normalmente el sujeto grabado está en la calle, en un coche, en la puerta de su casa o en la terraza de su vivienda. Estos “planos robados” suelen ir acompañados de una postproducción de la imagen y del sonido que crea la sensación al televidente de estar ante la actuación de un detective privado.

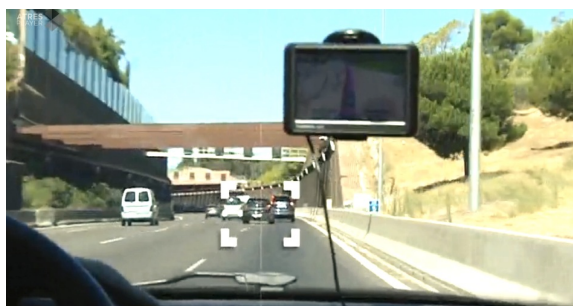


(Figura 230: “plano robado” a Teddy Bautista a la salida de su casa en “La SGAE de Teddy”
Fuente: Antena 3 TV)



(Figura 231: “plano robado” a Teddy y Caco Senante en la calle. “La SGAE de Teddy”.
Fuente: Antena 3 TV)

Los “seguimientos” son persecuciones en vehículo efectuadas por los reporteros del programa a otro coche conducido por el supuesto delincuente y captadas por la cámaras. En ocasiones, también se hacen estos seguimientos a pie. También la realización efectista provoca la percepción de estar ante una ficción o ante un operativo policial.



(Figura 232: “seguimientos” por Madrid al coche de Teddy Bautista. Fuente: Antena 3TV)



(Figura 233: plano del coche de Teddy Bautista.
Fuente: Antena 3 TV)

La “entrevista robada”. Cuando alguien se niega a hacer declaraciones recurren a este método, que viene a sustituir a la cámara oculta. El periodista se acerca al sujeto al que quiere entrevistar con un micro inalámbrico¹⁷¹ escondido. El cámara se coloca en lugar apartado para que no sea visto o en el mismo sitio que el periodista, pero con la cámara sin enfocar al individuo para dar la sensación de no estar grabando. El resultado es la captación del sonido y del vídeo sin el consentimiento del entrevistado. Lo mismo que con una cámara oculta, con la única

¹⁷¹ El micro inalámbrico permite que la cámara capte el sonido a cierta distancia sin necesidad de cable.

diferencia de que la grabación suele ser siempre en la calle o en establecimientos públicos.



(Figura 234: “entrevista robada” desde lejos en el reportaje “La Comunidad”. Fuente: La Sexta)



(Figura 235: “entrevista robada” desde cerca en el reportaje “La Comunidad”. Fuente: La Sexta)

Laura Cárdenas y Alejandro Vázquez nos aseguran que el programa ha recibido numerosas denuncias de personas que han sido grabadas por este método y que en la actualidad tienen orden de no volver a realizarlas. De hecho, ahora tienen que avisar expresamente al entrevistado de que trabajan en el programa *Equipo de investigación* y de que están grabando la conversación.

6/ El apoyo de la cadena. Laura Cárdenas y Alejandro Vázquez vivieron los últimos años de existencia de *Diario de...* y recuerdan la falta de ayuda de los directivos a la hora de promocionar el programa. Por eso afirman que *Equipo de investigación* tiene más respaldo de La Sexta del que tuvo *Diario de...* por parte de Cuatro.

Es un programa que está mucho más promocionado. Yo me acuerdo que en *Diario de...* no nos promocionaba nadie. *Equipo de investigación* fue la primera apuesta de Luz Aldama¹⁷² en Antena 3 TV y quiere mucho a ese programa. Nos promocionan en el magazín de tarde *Mas vale tarde*, y en *Espejo público* tiran el lunes del programa que ya se ha emitido el viernes, entonces tiene mucho más apoyo. En la web es más fácil encontrarlo (Vázquez y Cárdenas, 2015).

¹⁷² Fue directora de programas y magazines de actualidad en TVE. Llegó a Antena 3 TV en el año 2010. En la actualidad es directora de programas de actualidad de Atresmedia.

8.5.3. *El Objetivo*

El Objetivo desde sus inicios, el 2 junio de 2013, se planteó realizar un formato que impulsara el periodismo de datos, un tipo de periodismo que estudiaremos en el capítulo 9.1.3. Su subdirectora Itziar Bernaola¹⁷³ afirma que cuando nace *El Objetivo* era un momento en el que había saturación de opinión en televisión y por eso decidieron ir en busca del rigor y la información que aporta el periodismo de datos (Bernaola, 2015). El espacio, emitido la noche de los domingos, está dirigido y presentado por Ana Pastor, una periodista caracterizada por ser una implacable entrevistadora.

El programa, aún en antena, se desarrolla en un plató al que asisten habitualmente políticos a los que la periodista cuestiona por la actualidad informativa. El formato de la entrevista es muy documentada, con rigurosos datos que ayudan a las réplicas y las réplicas de los interlocutores y con un tono inquisitivo propio de la presentadora. Lo novedoso y que aquí nos atañe, es la aportación que hace el programa, con técnicas propias del periodismo de investigación, al mejor conocimiento de la realidad política. En concreto *El Objetivo* comenzó a utilizar lo que los americanos denominan el *fact check*¹⁷⁴ con la intención de analizar si los compromisos, propuestas o promesas que hacen los dirigentes políticos se llevan a efecto. Se basaron en lo ya probado y testado en EE. UU. para ponerlo en práctica en España. Entre los programas que mejor ejemplifican el uso del *fact check*, la subdirectora del programa, menciona los dedicados a la financiación de los partidos políticos y la transparencia en el Congreso de los Diputados, pero todas las semanas hay una sección dedicada a esta forma de contrastación (Bernaola, 2015).

Mediante la recopilación y el análisis de las declaraciones de los políticos el programa genera contenidos y le ofrece al ciudadano una visión de la realidad que seguramente desconocía. Todos intuimos que los políticos a veces mienten, o no dicen toda la verdad, pero la labor de conseguir corroborarlo de manera

¹⁷³ La entrevista completa se adjunta en el anexo 13.1.2.

¹⁷⁴ Este método de contrastación de declaraciones se puso muy de moda en EE. UU. cuando el *Washington Post* desmontó la promesa del Presidente Barak Obama de afianzar un sistema sanitario en el que todo ciudadano estuviera protegido. Hay varias páginas web como www.polifact.com dedicadas en exclusiva a esta técnica de comprobación o secciones de periódico como la del *Washington Post* www.washingtonpost.com/blogs/fact-checker.

incontestable es lo que hace interesante esta técnica del *fact check*. Esa tarea de vigilar y contrastar lo que dicen los dirigentes públicos, se asemeja a la labor de “perro guardián” que ha desempeñado siempre el periodismo de investigación.



(Figura 236: momento de *El Objetivo* en el que se le aplica el *fact check* al Ministro de Hacienda Cristóbal Montoro. Fuente: La Sexta)

Bernaola reconoce la falta de medios y la escasa preparación que tiene el equipo en este apartado, pero subraya que el principal problema para poder realizar el periodismo de datos en España, de manera efectiva e irrefutable, es la falta de transparencia informativa:

Las respuestas que recibimos a veces por parte de los gabinetes de prensa de partidos o ministerios son muchas veces surrealistas. Nuestros políticos no están acostumbrados a ser transparentes, y nuestras instituciones tampoco. Creo que la nueva Ley de Transparencia mejorará algo, pero no lo suficiente (Bernaola, 2015).

Otro de los inconvenientes que encuentra este periodismo en la televisión, en comparación con internet, es la necesidad de “simplificar las explicaciones y reducir el volumen de datos”, según Bernaola. El medio audiovisual nunca ha soportado bien la acumulación de cifras, gráficos, ni datos pero *El Objetivo* los presenta con una intencionalidad y con un fin que el espectador sabe apreciar. Ya es muy meritorio que un espacio de televisión arriesgue con este tipo de periodismo y más reconocimiento tiene si consigue, como es el caso, concitar la atención del espectador. En el momento de realizar esta tesis el programa llevaba emitidos cincuenta y tres programas. Tenía cada semana el respaldo de un público fiel que apreciaba su forma de enfocar la realidad política. El espacio dedicado al líder de

Podemos, Pablo Iglesias, tuvo a las 22:30 h de la noche un 14,6 % *share* de media y 3.031.000 espectadores.

8.6. Cuatro

Como ya hemos comentado, Cuatro fue creada por el grupo de comunicación PRISA, propietario de *El País* y la cadena *SER*. Impulsó desde su nacimiento el género informativo y los contenidos periodísticos. Iñaki Gabilondo, dejó de presentar, tras diecinueve años el programa matinal *Hoy por Hoy* en la *SER* y pasó a conducir el informativo de noche en Cuatro. Además, fue la persona elegida para dar el mensaje de apertura de la cadena: “Nuestro primer compromiso es ser creíbles. Solo así creemos que estaremos en condiciones de entreteneros, informaros y divertirlos” (www.vertete.com, 7-11-2011). A continuación, Boris Izaguirre y Raquel Sánchez Silva, tomaron el relevo presentando la programación de la cadena.

Otro de los fichajes destacados de Cuatro fue Jon Sistiaga. Este periodista, vinculado a los informativos de Telecinco, cubrió como corresponsal varios conflictos armados como la guerra de la antigua Yugoslavia o la de Irak. En este último trabajo, el cámara que le acompañaba, José Couso, murió en Bagdad de un disparo del ejercito estadounidense. Jon Sistiaga recaló en Cuatro para ofrecer reportajes en profundidad sobre temas, en su mayoría, internacionales. La cadena dejó en sus manos la posibilidad de realizar trabajos de investigación periodística.

8.6.1. Jon Sistiaga

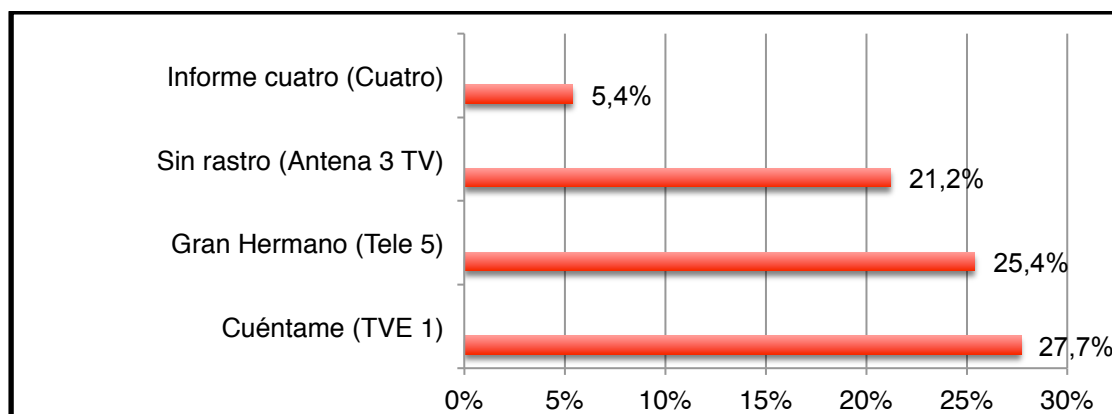
Con el título de especiales *Informe cuatro*, Jon Sistiaga, hizo varios reportajes en los inicios de Cuatro. El primero de ellos se llamó “Caso Larrañaga” y fue emitido el 24 de noviembre de 2005, apenas dos semanas después de la inauguración de la cadena.

Francisco Larrañaga, un ciudadano español de diecinueve años que vivía en Filipinas, fue condenado en 1999, junto a otros seis acusados, a cadena perpetua por el secuestro, violación y asesinato de las hermanas Marjorie y Jaqueline Chiong. En febrero de 2004, el Tribunal Supremo de Filipinas revisó el juicio y los siete imputados fueron condenados a pena de muerte. El trabajo de Sistiaga se centraba

en analizar y repasar un proceso judicial repleto de irregularidades. Además, incluía nuevos datos como la declaración de un ex policía implicado activamente en la investigación. Aseguraba que Larrañaga y otros dos condenados eran inocentes, lo que abría la posibilidad de una revisión del caso.

A día de hoy Larrañaga sigue en prisión, pero en la cárcel vasca de Martutene, ya que en 2009 fue extraditado a nuestro país. Está cumpliendo una condena de cuarenta años, merced a que el gobierno filipino conmutó la pena de muerte por cadena perpetua. En el año 2013 el Consejo de Ministros español solicitó un indulto que todavía esta pendiente de ser aprobado por Filipinas. El reportaje de Sistiaga se emitió en *prime time*, a las 22:45 h, y registró un 3,6% de *share* y 536.000 espectadores.

El segundo *Informe cuatro* se tituló “Presos humillados, presos olvidados”. También se programó en *prime time*, a las 22:00 h, y obtuvo un 5,2% con 938.000 seguidores de media. Es importante señalar que la cadena arriesgaba colocando en el horario de máxima audiencia este tipo de reportajes. Ese día compitió en la misma franja horaria con *Gran Hermano*, en Telecinco, *Cuéntame*, en TVE 1 y la serie norteamericana *Sin rastro*, en Antena 3 TV. En el gráfico 12 podemos encontrar la comparativa de datos de audiencia.



(Gráfico 12: audiencia de las principales cadenas en el *prime time* del 15-12-05.

Fuente: elaboración propia, según datos de Sofres Audiencia de Medios

En “Presos humillados, presos olvidados”, Jon Sistiaga se introducía en las cárceles de Ecuador y Colombia para ver las condiciones de vida de los convictos. El periodista hacía un recorrido por varios centros penitenciarios mostrando las lamentables condiciones que soportaban los presos. Las imágenes y los testimonios

de los reos demostraban el hacinamiento, la insalubridad y la inseguridad que sufrían esos penales. El valor del trabajo residía en haber accedido a estas cárceles y registrar lo que allí sucedía. La investigación periodística en televisión consistía, en este caso, en captar momentos, situaciones, lugares que nunca antes habían sido mostrados tan crudamente por una cámara de televisión.

En los reportajes de Sistiaga, su presencia en pantalla es constante. Es el hilo conductor de la historia y a través de él tenemos acceso a los lugares. Y no sólo por su aparición en las distintas secuencias, también por su locución. Es destacable que en sus trabajos se concede una notable importancia al *off*. Describe con profusión cada plano, cada secuencia y también da especial trascendencia a sus reflexiones sobre lo que ha visto o vivido.

Después de hacer *Informe Cuatro*, Jon Sistiaga intervino en el programa *Cuatro X Cuatro*, espacio, que cada semana presentaba un periodista de la cadena desarrollando un género periodístico. Iñaki Gabilondo realizaba una entrevista, Carles Francino moderaba un debate, Jon Sistiaga hacía un reportaje y Ángels Barceló conducía un magazine que combinaba todos los géneros anteriores.

Para que veamos hasta que punto, Cuatro pretendía diferenciarse de las cadenas ya existentes, pondremos de modelo el primer programa de Carles Francino, “Marbella, ¿cómo acabar con la corrupción?”. Era un debate sobre el caso “Malaya”, pero con un enfoque muy diferente al ofrecido por Telecinco, Antena 3 TV e incluso TVE 1. Analizaba la situación desde un punto de vista político y no ponía el foco en los personajes del corazón. Participaron entre otros: Carlos Jiménez Villarejo, ex Fiscal Jefe Anticorrupción, Soraya Sáenz de Santamaría, Secretaria de Política Autonómica del PP o Víctor García López, Director General de la Policía. El espacio fue seguido por 741.000 espectadores y registró un 4,3% de cuota de pantalla.

Por su parte, Jon Sistiaga hacía más o menos un reportaje al mes. En la tabla siguiente se detallan los cuatro trabajos que hizo para este programa.

Reportaje	Fecha	Hora	Share	Espectadores
“Al Qaeda en la red”	8-3-2006	22:45 h	5,4%	954.000
“Guantánamo”	12-4-2006	22:00 h	4,1%	603.000
“Hipercor, el peor atentado de la historia”	3-5-2006	23:10 h	4,1%	596.000
“Lecciones de Irlanda”	14-6-2006	23:00 h	3,4%	526.000

(Tabla 50: desglose de los reportajes de Jon Sistiaga para el programa *Cuatro X Cuatro*.

Fuente: elaboración propia, según datos de Sofres Audiencia de Medios)

Los cuatro reportajes fueron emitidos en *prime time*, lo que seguía demostrando la predisposición de la cadena a ofrecer contenidos informativos en horarios de máxima competencia. De los cuatro programas, solo uno, el primero, “Al Qaeda en la red”, consiguió estar por encima de la media de la cadena, que obtuvo ese día un 4,9% de *share*.

En *Cuatro X Cuatro* los reportajes se parecían más a los programas clásicos de la televisión pública (*Documentos TV*, *En Portada* o *Crónicas*) que a los reportajes comerciales de las televisiones privadas que estamos analizando.

Los temas eran, mayoritariamente, asuntos internacionales de relevancia. En contadas ocasiones se traban historias que afectarían directamente a la generalidad de los televidentes. Se optaba por reportajes producidos por televisiones extranjeras. Uno de ellos, Guantánamo, fue producido por la cadena británica *Channel 4*. El único tema que se desarrollaba íntegramente en España, “Hipercor, el peor atentado de la historia”, también fue realizado por una productora, la catalana Quimera.

El ritmo de la narración de Jon Sistiaga era pausado con locuciones muy largas, descriptivas y explicativas. Esa cadencia, lógicamente, afectaba a la realización, que se asemejaba más a la clásica que a la efectista. No había efectos digitales, ni músicas especialmente llamativas que pudieran resultar redundantes.

En *Cuatro X Cuatro* tampoco se utilizaban las técnicas detectivescas. Ni la cámara oculta, ni la infiltración, ni seguimientos, ni planos robados.

Por el contrario, la principal diferencia con respecto a los reportajes clásicos era la presencia en pantalla del reportero que explicaba y dramatizaba las situaciones que vivía en primera persona.

El programa *Cuatro X Cuatro* duró una temporada y a partir de entonces Jon Sistiaga se centró en hacer reportajes sin una periodicidad determinada. Comenzó en noviembre de 2006, y en los tres años siguientes produjo una media de cuatro

especiales cada año. Estos trece reportajes especiales, que se detallan en la tabla 51 tenían una duración de unos cuarenta y cinco minutos.

Reportajes	Fecha	Hora	Share	Espectadores
“Españoles en el laberinto libanés”	30-11-06	23:55 h	5,2%	482.000
“11M, retrato de los asesinos”	9-3-07	00:25 h	9%	718.000
“Amarás al líder sobre todas las cosas”	6-7-07	23:05 h	7,3%	494.000
“Sargento, ¿a qué estamos disparando?”	10-12-07	22:15 h	6,4%	1.204.000
“Papi, cómprame un kalashnikov”	4-1-08	23:00 h	9,9%	1.610.000
“Secuestrados, agonía en la oscuridad”	11-4-08	00:15 h	8,7%	786.000
“Los legionarios de Alá”	19-9-08	23:30 h	8,1%	1.027.000
“Corrido para un degollado” (Narcoméxico 1)	26-12-08	23:15 h	8,5%	1.341.000
“Alfombra roja para los muertos” (Narcoméxico 2)	2-1-09	23:15 h	11%	1.640.000
“Gaza, lo que Israel no quería que viéramos”	30-1-09	00:35 h	11,7%	980.000
“Niños, guerreros y zombis”	20-4-09	00:05 h	8,4%	692.000
“Afganistán, españoles en la ratonera”	11-9-09	23:30 h	7%	803.000
“Honduras, manual para un golpe de estado”	12-10-09	00:40 h	6,9%	375.000

(Tabla 51: reportajes especiales de Jon Sistiaga para Cuatro.

Fuente: elaboración propia, según datos de Sofres Audiencia de Medios)

Los reportajes se emitieron casi siempre la noche del viernes y en horario del *late night*. Normalmente, se programaron a continuación del programa *Callejeros*, dándole a la noche de los viernes un cariz periodístico en contraposición a lo que ofrecían Telecinco (*Sálvame Deluxe*) y Antena 3 TV (*Dónde estás corazón*), programas dedicados a la crónica rosa. En general los resultados de audiencia fueron aceptables. Estuvo en cinco ocasiones por encima de la media de la cadena. El programa con mayor número de espectadores fue la segunda parte de “Narcoméxico”, con una media de 1.640.000, y el que consiguió mayor *share* fue “Gaza, lo que Israel no quería que viéramos”, con un 11,7%.

De los trece reportajes analizados todos, excepto uno, se desarrollaron en el extranjero. “Españoles en el laberinto libanés” y “Afganistán, españoles en la ratonera”, estaban dedicados a las tropas españolas en zonas en conflicto.

Todos los reportajes abordaban en profundidad una temática internacional de relevancia. En la mayoría había una ardua labor de documentación, una tarea de selección de los testimonios y también una investigación periodística sobre el terreno. Es decir, el periodista se desplazaba hasta el lugar donde estaba la noticia y

nos descubría los lugares clave; nos presentaba a los protagonistas de la historia y nos contaba con todo detalle lo que sucedía. El reportero nos iba enseñando una realidad que desconocíamos porque ocurría a miles de kilómetros de distancia.

Los reportajes realizados por Jon Sistiaga tienen como aspiración analizar y mostrar situaciones reales que se dan en distintos puntos del planeta. Creemos que lo que pretende es remover conciencias sobre temas muchas veces olvidados y que nos son ajenos. Quiere despertar en el telespectador el interés por asuntos lejanos que no nos afectan en nuestro día a día.

El reportaje “Sargento, ¿a qué estamos disparando?”, se emitió en horario de máximo consumo, a las 22:15 h. Sistiaga acompañaba durante diez días a los soldados norteamericanos destinados en Irak. Nos enseñaba cómo era la vida de una unidad de caballería del ejército de los Estados Unidos dedicada a luchar contra la insurgencia en primera línea de fuego.



(Figura 237: Jon Sistiaga acompaña a los soldados en el reportaje “Sargento, ¿a qué estamos disparando”. Fuente: Cuatro)

Carlos Boyero, por aquel entonces, crítico de *El País*, elogiaba el reportaje por su autenticidad:

Todo parece brutalmente aséptico, cotidiano o rutinario en el magnífico reportaje de Jon Sistiaga “Sargento, ¿a qué estamos disparando?”. Desprende sensación de verdad, no enfatiza, no introduce música para potenciar la emoción, se limita a retratar la actitud, la metodología y el comportamiento de los soldados norteamericanos en ese país torturado que debe ser salvado por las fuerzas del bien (Boyero, 12-12-2007).

Es precisamente lo que busca Sistiaga con sus reportajes; retratar una realidad y explicársela al telespectador pormenorizadamente. Tanto, que describe al detalle cada plano y comenta cada aspecto que rodea a la noticia.

Lo que hago en los reportajes es dar una sobredosis de información, quizá más allá de la necesaria. Para mí es importante cómo hago las cosas y cómo consigo las cosas. Para mí es importante que la cámara enfoque que yo estoy en el lugar en el que estoy hablando, y que saque mi cara de sorpresa, mi cara de acojono, que me saque si me estoy riendo de algo o si me estoy cagando de miedo, porque creo que eso interesa e informa. Creo que interesa también cómo se llega a los sitios y cómo se sale de los sitios (Sistiaga, 19-9-2012).

Es evidente que Sistiaga le otorgaba mucho valor a la presencia del periodista en el lugar del suceso y a lo que pudiera narrar ante la cámara. Quizá, por esa razón, su siguiente proyecto televisivo, *REC* (reporteros cuatro), profundizaría en esa idea.

8.6.2. *REC*



(Figura 238: imagen de la cabecera de *REC*. Fuente: Cuatro)

REC era un programa producido por Cuatro y la productora Quimera que comenzó a emitirse el 23 de abril del año 2010. Su director, Jon Sistiaga indicaba que el producto nacía "con vocación de convertirse en referente del periodismo de investigación" (www.lainformacion.com, 22-4-2010). Se creó en pleno proceso de fusión entre Telecinco y Cuatro.

En cada emisión, un reportero analizaba un tema de actualidad, tanto nacional como internacional, y mostraba las interioridades de su investigación periodística. El reportaje enseñaba la trastienda del programa y cómo trabajaban los periodistas en busca de su objetivo. Las figuras 239 y 240 corresponden a dos momentos de las reuniones del equipo de *REC*, que formaban parte de los reportajes.



(Figura 239: reunión de los miembros de la redacción de *REC*. Fuente: Cuatro)



(Figura 240: Sistiaga habla con un miembro del equipo sobre el reportaje. Fuente: Cuatro)

El programa se emitía semanalmente, lo que suponía un obstáculo para poder investigar en profundidad. Es posible que por ese motivo, y con el afán de ganar tiempo para la producción de los reportajes, se emitieran con la cabecera de *REC* trabajos realizados por Sistiaga en la anterior etapa en Cuatro. Es el caso de los dos capítulos de “Narcoméxico”, “Amarás al líder sobre todas las cosas” y “Afganistán, españoles en la ratonera”.

En total contabilizamos dos temporadas de *REC*. La primera comenzó el 23 de abril de 2010 con el reportaje “Baby sicarios en Colombia”. El reportero David Beriain se introducía en los humildes barrios de Pereira, capital de la zona cafetera colombiana, para localizar a niños que eran contratados para matar por apenas cincuenta euros. Acompañado de una psicóloga del ayuntamiento, Beriain encontraba a los “baby sicarios” de doce o catorce años en el barrio de Guadalito. Realizaba varias entrevistas a estos menores adiestrados por sus mayores para utilizar armas de fuego y asesinar.

Especialmente impactante era el testimonio de un menor de doce años llamado Felipe, al que el programa decidió no ocultar el rostro. Explicaba con lágrimas en los ojos lo que sentía al matar y evidenciaba su resignación por no poder salir de esa espiral de violencia en la que estaba inmerso. A su hermana, de tan sólo dos meses de edad, la habían matado en un tiroteo y por eso había decidido tomarse su venganza.



(Figura 241: entrevista a Felipe en el reportaje “Baby sicarios”. Fuente: Cuatro)



(Figura 242: plano de la pistola que Felipe decía llevar siempre consigo. Fuente: Cuatro)

El reportaje también recogía entrevistas a las autoridades, políticos, agentes sociales y policías de la zona. Paralelamente, el reportero acompañaba a una unidad policial en un operativo organizado de madrugada para arrestar a estos sicarios.

Consideramos que “Baby sicarios en Colombia” es un trabajo de investigación periodística para la televisión. El reportero nos descubre, gracias a sus indagaciones, contactos y fuentes propias, una realidad desconocida para la gran mayoría. Ofrece imágenes y testimonios muy valiosos por lo inaccesibles. También es importante lo que dicen los protagonistas y cómo lo dicen. El reportaje denuncia una situación y puede servir de ayuda para que las autoridades tomen conciencia de ese grave problema.

El estreno del programa fue un viernes a continuación del programa *Callejeros*. Fue seguido por 1.567.000 espectadores y registró un 11,5% de cuota de pantalla, cuatro puntos por encima de la media de la cadena ese día. El reportaje, además de un éxito de audiencia, también resultó polémico. Desde Colombia se denunció que los periodistas de Cuatro habían pagado a los niños por hacer esas declaraciones y se calificó de “burdo montaje basado en entrevistas amañadas”. (www.formulatv.com, 29-4-2010). Por su parte, REC se defendió negando la compra de testimonios y acusando a una periodista del ayuntamiento de Pereira de injuriar al programa para lavar la imagen de la ciudad.

En esa primera temporada se emitieron quince reportajes, todos en viernes en torno a las 23:30 h. Algunos de ellos abordaban temas más en profundidad y otros se ceñían a la actualidad. Por ejemplo, “Detrás de la copa”, que contaba lo que sucedía entono a un acontecimiento deportivo como la final de la Copa del Rey de fútbol, o “Amenaza de desahucio”, que analizaba una problemática muy de actualidad como eran los lanzamientos judiciales.

También se alternaban reportajes de temas internacionales como “Los guardianes de Chávez”, o “Los desiertos de Al Qaeda” con otros que tratan asuntos nacionales como “¿Cuánto cuesta morir en España?” o “¿Sabemos lo que comemos?”

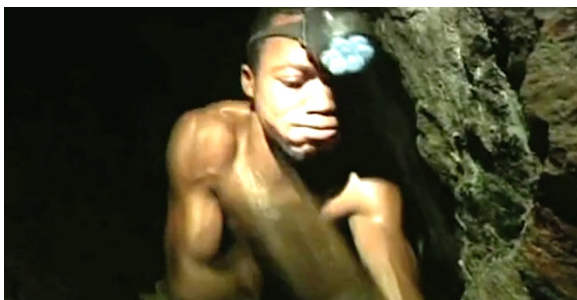
La media de audiencia del conjunto de los quince programas de la primera temporada fue de un 8,2%. Por encima de la media anual de Cuatro en el año 2010, un 7%.

La segunda temporada comenzó a finales de agosto de 2010 y terminó el 28 de enero de 2011. Se emitieron diecisiete reportajes. Siguieron programándose los viernes, pero cada vez con más frecuencia pasada la media noche. La audiencia media bajó con respecto a la anterior etapa; *REC* consiguió un 6,9% en el cómputo global de los programas de ese período.

En esta temporada comprobamos que se trataron bastantes temas relacionados con problemas que afectaban muy directamente a los españoles. El reportaje “Pobre clase media”, que analizaba el impacto de la crisis en las clases medias; “¿Quién hace la luz?”, que intentaba desentrañar el complejo mundo de la distribución eléctrica en nuestro país, o el caso de los bebés robados en España.

El reportaje “Bebés robados en España” se emitió sólo nueve días después del producido por El Mundo TV para Antena 3 TV. Trataba el caso de los niños arrebatados a sus madres en varias clínicas madrileñas en los años setenta y ochenta. Obtuvo un dato de audiencia de un 9,7% de *share* y 542.000 espectadores, dos puntos por encima de la cadena.

De los diecisiete reportajes sólo hay tres que se realizaron fuera de España: “Irak, sin yanquis”, “Arizona ilegal” y “Congo, tierra violada”. Este último trabajo, realizado por David Beriain, es otro ejemplo del buen periodismo de investigación que en ocasiones podía llevar a cabo *REC*. El reportero se desplazaba hasta la República Democrática del Congo; se introducía en la selva de ese país africano hasta encontrar una mina en la que se extraían minerales como el estaño, imprescindibles para la tecnología que usamos. El reportaje nos mostraba cómo los hombres que allí trabajaban debían bajar hasta cien metros de profundidad para conseguir el metal preciado. Se jugaban la vida cada día y muchos de ellos morían.



(Figura 243: un minero extrae estaño a cien metros de profundidad. Fuente: Cuatro)



(Figura 244: los mineros se quejan del riesgo que corren en la mina. Fuente: Cuatro)

El crítico televisivo de *El Periódico de Cataluña* valoraba positivamente el hecho de que el programa sirviera al espectador de ventana al mundo:

Es importante que la televisión, como instrumento de comunicación de masas, como elemento omnipresente en nuestras casas, nos acerque esas partes del mundo a las que no queremos mirar. Que nos conciencie de que cada vez que encendemos uno de estos aparatos fantásticos que tenemos en nuestros hogares, lo hacemos gracias a que miles de esclavos se han desangrado para que nosotros vayamos progresando. Ahora que se ha materializado la compra de Cuatro por parte de Telecinco me pregunto qué va a pasar con el equipo de reporteros de Sistiaga (Monegal, 31-10-2010).

A finales de 2010 es cuando se materializa la fusión entre Telecinco y Cuatro y, como ya hemos señalado, eso supone un duro revés para algunos de los programas informativos de la anterior etapa de Cuatro. Es el caso de *REC* que emite su último programa el 28 de enero de 2011. Se tituló “Con la música a otra parte” y fue programado a la 01:05 h. Su dato fue el más bajo de la trayectoria del programa con 269.000 seguidores y un 4,2% de media.

8.6.3. Reportajes Canal+

Seis meses después de finalizar *REC* Jon Sistiaga llegaba a Canal +¹⁷⁵. El canal de pago, del que formaba parte Mediaset desde 2010, le daba la oportunidad de seguir realizando reportajes con su estilo característico. Trabajos en profundidad de unos cincuenta minutos y casi siempre sobre una temática internacional.

En la página web de la cadena se promocionan los reportajes como “Especiales de investigación, producidos y dirigidos por el periodista Jon Sistiaga, que van más allá de la actualidad. Un trabajo de calidad, cuidado e independiente, que informa desde el propio epicentro de la noticia (www.formulatv.com, 17-11-2011).

Su andadura comenzó en junio de 2011 con un reportaje que se desarrollaba en Indonesia y titulado “En las puertas del infierno”. A partir de aquí contabilizamos catorce trabajos que desglosamos en la tabla 52. Estos programas fueron emitidos en Canal+ en el *prime time*, entre las 21:00 h y las 22:00 h. El canal de pago se decidía por el horario de máximo consumo para este tipo de trabajos periodísticos.

Reportaje	Fecha	Localización
“En las puertas del infierno”	16-6-11	Indonesia
“Los blancos de la ira”	14-9-11	Tanzania
“Los señores de la guerra”	17-11-11	Somalia
“La bestia”	14-3-12	México
“Barras bravas, la mafia del fútbol”	19-6-12	Argentina
“Caminando entre bombas”	21-11-12	Afganistán
“En la ciudad del fin del mundo”	23-1-13	Ucrania
“A la caza del homosexual”	10-4-13	Uganda
“La América del odio”	9-10-13	EE. UU.
“No es país para mujeres”	19-2-14	India
“Ruanda, cómo organizar un genocidio”	19-6-14	Ruanda
“La mara vida”	10-12-14	Honduras
“Colmillos de sangre”	3-6-15	Kenia
“La tierra prometida”	29-9-15	Palestina

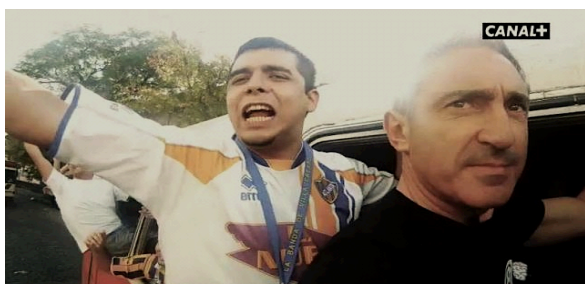
(Tabla 52: reportajes de Jon Sistiaga para Canal +. Fuente: elaboración propia)

¹⁷⁵ La plataforma inició sus emisiones el 21 de julio de 2003, con la fusión de Canal Satélite Digital y Vía Digital.

De la tabla podemos deducir que Jon Sistiaga producía y realizaba al año tres programas. Es decir, unos cuatro meses de trabajo para cada reportaje. Hay que señalar que todos los reportajes se desarrollaban en el extranjero. Un porcentaje elevado de ellos en países con índices elevados de pobreza y criminalidad. La mayoría de los temas analizan cuestiones relacionadas con la vulneración de los derechos humanos, la delincuencia o los conflictos armados.

Uno de los reportajes que destacamos en este nuevo proyecto es “Barras bravas, la mafia del fútbol”. Los aficionados al fútbol argentino eran reconocidos como los hinchas más violentos del mundo. Más allá de su condición de seguidores radicales del fútbol, el trabajo pretendía evidenciar que son grupos de delincuentes organizados.

El reportaje es interesante por la temática, muy diferente a otros trabajos del periodista y, porque de alguna forma, experimentaba la vivencia de lo que estaba contando. En este caso se mezclaba con ellos, como el mismo narraba en un extracto del programa. Acompañaba a los aficionados más radicales del Atlanta (club argentino de segunda división) a presenciar un partido de su equipo. Una vez más Sistiaga nos ofrecía su particular mirada sobre una determinada realidad.



(Figura 245: Jon Sistiaga viaja en el autobús de los radicales del Atlanta. Fuente: Canal+)



(Figura 246: Jon Sistiaga se mezcla con las “barras bravas” del Atlanta. Fuente: Canal+)

En este reportaje sobre las “barras bravas” el periodista dramatizaba especialmente las situaciones; gesticulaba a cámara, verbalizaba los hechos, experimentaba las mismas situaciones que los entrevistados y hacía de reportero grabando con una mini cámara. El punto álgido se producía cuando Jon Sistiaga y el operador que le acompañaba eran agredidos por hinchas violentos del Club Independiente de Avellaneda. En ese momento, el foco de atención se centró exclusivamente en el incidente. Eso hizo que la promoción del reportaje se basará más en ese suceso que en el resto del trabajo.



(Figura 247: momento de la agresión al periodista y al operador de cámara. Fuente: Canal+)

Como es habitual en toda su trayectoria, el reportaje de Sistiaga ofrecía un profundo análisis sobre el tema. Sin embargo, la intención era acreditar que los “barras bravas” eran un grupo mafioso, y sobre eso, no hay pruebas gráficas, ni documentales en el reportaje. Sí hay testimonios de personas que lo aseguran e indicios de ello, pero el periodismo de investigación tiene la aspiración de aportar los datos, las evidencias necesarias para llevar a cabo una denuncia de esa importancia.

En el reportaje, Jon Sistiaga, narraba con detalle todo aquello que le parecía destacable, aunque no dispusiera de imágenes para demostrarlo. Esta es una característica muy particular de sus trabajos. Al contrario de lo que dicta la máxima televisiva: “lo que no se ve, no existe”, Sistiaga describe en sus locuciones lo que ha visto u oído, aunque no pueda plasmarlo o ilustrarlo con imágenes. No siempre lo que se contaba estaba avalado por las imágenes.

Hemos de valorar la insistencia de Sistiaga por abordar temas diferentes a los que hemos analizado en esta tesis. En *Reportajes Canal +* vuelve dar muestra de ello. En “Los blancos de la ira” relataba las condiciones de vida de los albinos en Tanzania. En ese país africano son considerados seres inferiores o gafes y están estigmatizados por sus rasgos físicos. En el reportaje entrevistaba a jóvenes mutilados y a mujeres que fueron violadas por pura superstición. Los brujos africanos consideran que trae buena suerte amputar los miembros de los albinos y los utilizan como amuletos. También profanan sus tumbas para hacer ritos de brujería con sus restos.



(Figura 248: entrevista a una joven albina con el brazo mutilado. Fuente: Canal+)



(Figura 249: Sistiaga habla con una chica con la pierna mutilada. Fuente: Canal+)

En este reportaje la realización es más efectista y la música cobra más protagonismo que en otros trabajos del periodista. La edición busca emocionar, sensibilizar al público con un tema que le queda muy lejano. Sistiaga pretende que veamos a los albinos como alguien cercano, que podría ser nuestro vecino. El trabajo es un gran ejercicio de periodismo comprometido que nos acerca una realidad estremecedora.

Así como los albinos son perseguidos en Tanzania, los homosexuales son castigados a pena de muerte en Uganda. En el reportaje “A la caza del homosexual”, se muestra la discriminación que sufren los gais y lesbianas en este país africano. Sistiaga pone su lupa en uno de los ochenta países del mundo en donde la homosexualidad está prohibida. Denuncia que todavía falta mucho camino por recorrer en materia de derechos y libertades en numerosos rincones del planeta.

En esta etapa en Canal+ Jon Sistiaga cobra un protagonismo creciente. En el reportaje “La mara vida”, que analizaba la extremada violencia imperante en las calles de Honduras, su presencia es casi constante. En el recorrido por los diferentes escenarios del reportaje Sistiaga nos narra la violencia con la que actúan las bandas en aquel país, considerado el lugar sin guerra más violento del mundo, según un estudio que la Oficina de Naciones Unidas contra la Droga y el Delito, elaboró a partir de los datos de 2012.



(Figura 250: Jon Sistiaga entrevista dos miembros de las “maras”. Fuente: Canal+)



(Figura 251: Jon Sistiaga acompaña a la policía hondureña en una operación. Fuente: Canal +)

El reportaje es una radiografía de la situación que se vive en las calles de Tegucigalpa. Nos enseña crudamente la brutalidad con la que se emplean las “maras” y el poco o ningún efecto que tienen las medidas políticas y policiales para luchar contra ellas. Es un ejemplo más de un muy buen reportaje, que pretende reflejar una realidad y analizarla para que el público tome conciencia de ello. Sin embargo, un reportaje de investigación pondría el foco en denunciar a aquellos responsables que amparan la violencia o que no toman las medidas necesarias para terminar con ella. Haría lo posible por desenmascarar a quien protege a estas bandas o a quien mira a otro lado cuando actúan.

Los reportajes de investigación tienen como objetivo primordial denunciar hechos que alguien quiere ocultar y conseguir las pruebas que lo demuestran. Sin embargo, Sistiaga, como el mismo afirma, busca enseñar una realidad denunciante y para ello “da voz a las víctimas y pone cara a los verdugos”. Aspira a que gracias a su trabajo sus “reportajes sean pruebas contra la impunidad” (Sistiaga, 22-12-2014). Su investigación periodística se basa en los hallazgos que sea capaz de mostrar con su cámara.

A diferencia de la inmensa mayoría de los reportajes, hasta ahora analizados, los trabajos de Jon Sistiaga en Canal +, en general, no buscaban satisfacer las demandas de las grandes audiencias. No necesitaba el respaldo masivo de la gente, sino la aprobación de los abonados de la cadena de pago. Eso y el tiempo de producción, le permitía realizar un tipo de trabajo menos comercial y con unos estándares de calidad muy altos.

En 2012, el jurado de los Premios Ondas reconocía el trabajo de Jon Sistiaga a la mejor cobertura especial o informativa por el espacio *Reportajes Canal +*.

9. EL PERIODISMO DE INVESTIGACIÓN EN LA ERA DIGITAL

9.1. El Periodismo de precisión

Ya hemos hablado de la trascendencia que tienen la precisión y la exactitud en el ejercicio del periodismo de investigación y de las graves consecuencias que puede tener un error para el investigado. De ahí la importancia de encontrar una metodología de trabajo casi infalible que ayude a minimizar los fallos, y una técnica que aporte datos esclarecedores que sirvan para el descubrimiento de nuevas y valiosas informaciones.

Desde finales del siglo pasado, el periodismo indagatorio cuenta con una nueva herramienta, para algunos y una nueva modalidad de periodismo, para otros, que facilita y enriquece enormemente su trabajo. Se trata del periodismo de precisión, cuya evolución va estrechamente ligada a los continuos avances tecnológicos.

9.1.1. Origen y evolución

Muchas de las verdades absolutas, de los lugares comunes y los tópicos con los que nos manejamos en nuestra vida, y que las noticias diarias ayudan a reforzar, pueden ser erróneas. A veces, nos encontramos con realidades sorprendentes que no responden a nuestros cánones establecidos y otras, nos topamos con informaciones que reafirman nuestras convicciones generales. Son sensaciones, basadas en experiencias personales, pero sin ningún dato objetivo que las corrobore.

En el periodismo ocurre lo mismo. Por ejemplo, si vemos un suceso televisivo que relata que un profesor de universidad ha agredido a su mujer, nos parece un hecho excepcional, pero si el caso muestra a un joven latinoamericano que ha pegado a su novia, nos resultaba algo más común. Llegamos a esa conclusión por inercia mental, pero sin ningún dato científico que justifique nuestra reacción. Si tuviéramos los datos o el historial del perfil de los varones que agreden a sus mujeres nos sería mucho más fácil colegir qué es normal y qué no lo es.

Hace más de cincuenta años el periodista e investigador norteamericano Phillip Meyer puso los primeros ladrillos del periodismo de precisión. A raíz de unos graves disturbios raciales en un barrio de Detroit, estudió y analizó rigurosamente los sucesos acaecidos en esa zona¹⁷⁶ y llegó a la conclusión de que los autores de las algaradas callejeras no eran, en su mayoría, como entendía el imaginario colectivo, las personas de raza negra con menos nivel académico. Según el propio Meyer, dicho estudio empírico, en 1967, descubrió que “la gente con estudios superiores había participado en los disturbios en porcentajes similares a quienes no habían llegado a completar el bachillerato” (1993: 43). Su artículo, desmontaba una idea preconcebida interiorizada por todos. El reportaje, publicado en el *Detroit Free Press*, fue reconocido con el premio *Pulitzer* en la categoría de periodismo local, y sentó las bases de un tipo periodismo que se iría perfeccionando hasta nuestros días.

Dice Meyer, que este periodismo científico nació como respuesta a los excesos literarios del “Nuevo periodismo” protagonizado por autores como Capote, Mailer o Wolfe (1993: 29). Los devaneos del “Nuevo periodismo” por la ficción provocan su afán por alejar al periodismo de la literatura y acercarlo a la ciencia. Cuanto más científico, más objetivo será y más se aproximará a la verdad. Meyer acuña una definición para esta nueva corriente: “La aplicación de métodos científicos de investigación social y comportamental a la práctica del periodismo” (Meyer citado por Dader, 2002: 20).

Un hito importante, que destaca Casal Cortizas en su tesis, se produjo en febrero de 1973. Fue el momento en el que el diario norteamericano *Philadelphia Inquirer* publicó su primera serie de reportajes asistidos por ordenador. Los periodistas Donald Barlett y James Steele, tras rastrear más de 4.000 páginas procesadas en ordenador, detectaron muchas diferencias en el trato judicial otorgado a acusados provenientes de diferentes grupos étnicos y sociales (2010: 55).

Poco a poco los periodistas comenzaron a entender la importancia que iban a tener en su profesión los ordenadores. Sin embargo, la lenta evolución tecnológica y

¹⁷⁶ “Usó una computadora IBM 360/40 para analizar los resultados y producir una figura con forma de números que explicase si era cierto o no que las revueltas habían sido protagonizadas en exclusiva por grupos de jóvenes negros inmigrantes del sur rural” (Casal Cortizas, 2010: 53)

el tiempo que se tardaba en realizar el trabajo provocaron que la implantación de este tipo de periodismo tardase más años de los que a Meyer le hubiera gustado.

El periodista Elliot Jaspín, a mediados de los ochenta, se convirtió en el nuevo impulsor del periodismo de precisión asistido por ordenador. Una investigación suya sobre la concesión de hipotecas en Rhode Island descubrió que el gobierno local concedía los préstamos más cuantiosos y con los intereses más bajos a los hijos de los altos funcionarios del Estado. Para llegar a esta conclusión tuvo que analizar los datos de 35.000 hipotecas. Su reportaje publicado en el periódico *The Providence Journal* provocó hasta veinticinco demandas judiciales (Casal Cortizas, 2010: 59).

El periodismo de precisión no fue mayoritariamente conocido y empleado en EE. UU. hasta 1990. La mejora tecnológica y la cada vez mayor transparencia de las instituciones norteamericanas facilitó su desarrollo en los medios de comunicación impresos. De hecho, en la mayoría de diarios de importancia se fue creando una sección dedicada al periodismo de precisión o también llamado *Database journalism*.

En España, la persona que más ha estudiado este tipo de periodismo, el catedrático José Luis Dader, nos ofrece en esta década de los noventa otra definición más completa del periodismo de precisión: “La información periodística que se basa en, desarrolla e interpreta datos empíricos recolectados, relacionados y verificados mediante métodos científicos de investigación socioestadística o informática” (1995: 156).

Posteriormente otros autores han ido puliendo esta definición en paralelo a la evolución y el desarrollo de este tipo de periodismo. Así, los profesores, Gértudix y Álvarez definen el periodismo de precisión como: “La creación de información periodística a partir de la recolección, depuración, análisis, tratamiento y visualización de datos, mediante la aplicación de técnicas documentales, socioestadísticas, informáticas e infográficas” (2010: 230).

Lo significativo es la introducción del concepto “creación de información”, ya que determina que no se constrañe a seguir la información, interpretarla y analizarla, sino que es capaz de originar sus propias noticias a partir de sus métodos de trabajo. Es decir, no se limita a consultar las fuentes oficiales como el periodismo convencional. Va más allá. Indaga e investiga hasta conseguir informaciones de su propia cosecha.

Estamos, por tanto, ante un tipo de periodismo que se parece más al indagatorio que al que se ejecuta en las redacciones de los informativos. En esto coinciden Gértrudix y Álvarez que afirman “que el periodismo de precisión tiene encomendada una tarea inquisitiva. Es, ante todo, la búsqueda de interrogantes y el encuentro de respuestas en aquellos temas y noticias que no han sido tratados con la suficiente profundidad” (2010: 230).

9.1.2. Diferencias y semejanzas con el periodismo de investigación

José Luis Dader establece de manera muy acertada la relación entre el periodismo de investigación y el de precisión (2002: 25). Entiende que ambos son independientes, pero complementarios y que, sobre todo, el periodismo de investigación requiere del periodismo de precisión como “un instrumento sistemático de trabajo para superar la, a menudo, intuitiva, voluntarista y desorganizada actividad del periodista investigador” (Dader en Meyer, 1993: 11).

Es verdad que muchas veces el periodista de investigación recurre a su olfato o a su intuición para conseguir sus objetivos. Lo que propone este periodismo es superar las viejas y subjetivas formas, y recurrir al más irrefutable método científico. Dader cree que el periodismo de precisión no nace para solventar las limitaciones del investigativo, pero que gracias a su perfeccionamiento logra ayudarle a superar muchas de sus carencias (2002: 42).

Ya en el año 1993, Dader apuntaba que muchas de las noticias que tenían los periodistas delante de las narices no las veían porque no disponían ni del tiempo, ni de los métodos necesarios para su descubrimiento, y que con el periodismo de precisión eso podría solucionarse. De manera gráfica exponía que el periodismo de precisión es al periodismo de investigación lo que el microscopio es a la biología.

Un periodista de investigación del siglo XXI necesita de grandes bases de datos, estadísticas, sondeos, estudios comparados para poder contextualizar la realidad y hacer su trabajo con la mayor exactitud posible. El periodismo de precisión se empeña en ensalzar las fuentes verificables y objetivables y resta importancia a las personales y subjetivas, que han venido siendo las principales protagonistas de la modalidad investigadora.

Estamos, por tanto, ante un tipo de periodismo con similitudes y diferencias con el de investigación. Ambas modalidades pretenden descubrir o revelar algo que está oculto con una metodología propia y aspiran a aportar información novedosa para un mejor entendimiento de la realidad. Suelen disponer de más tiempo y de espacio para trabajar que el periodismo rutinario y no se centran en la actualidad como este último.

Por otro lado, se diferencian en que el objeto de estudio puede ser distinto, ya que en el periodismo de precisión es casi siempre un fenómeno o tendencia social, y en el de investigación puede llegar a analizarse el comportamiento de un individuo. Otro punto de desencuentro es la desigual importancia que se le da a los valores personales del periodista. En el periodismo de precisión la infalibilidad de los datos está por encima de cualquier consideración subjetiva o de la intuición periodística.

Mientras que el periodismo de investigación utiliza todo tipo de técnicas detectivescas para que sus indagaciones tengan consecuencias y repercusiones, el de precisión emplea una metodología básicamente científica para conseguir demostrar unos hechos.

Otra diferencia sustancial es que el periodismo de investigación es interpretativo y acostumbra a narrar con detalle, y a veces de forma novelada, la forma de conseguir la información por parte del periodista. El de precisión se limita a exponer las conclusiones de su investigación pero no acostumbra a relatar, ni describir cómo ha llegado a ellas.

Las fuentes personales son la principal vía de información para el periodismo de investigación. Sin embargo, el periodismo de precisión focaliza sus esfuerzos en escudriñar los archivos y las bases de datos para obtener de ellos la información que necesita.

Por último, el periodismo de precisión tiene el prurito de rendir cuentas ante el público y pone a disposición del lector todos los datos obtenidos para que él mismo pueda cotejar la verosimilitud de lo que ha descubierto. El periodismo de investigación no ha tenido esa voluntad a lo largo de su historia.

En esta tabla sintetizamos las similitudes y las diferencias entre el periodismo de investigación y el de precisión.

Similitudes	Diferencias
Intención indagatoria	El objeto de la investigación
Tienen fuentes propias	La intuición del periodista frente a la objetividad de los datos
Disponen de más tiempo-espacio para trabajar	El carácter literario frente al científico
Utilizan una metodología particular	Fuentes personales frente a fuentes documentales
No se basan en la actualidad sino que la generan	Prácticas detectivescas frente a la infalibilidad de los datos
Son especialidades periodísticas	La rendición de cuentas ante el público

(Tabla 53: similitudes y diferencias entre el periodismo de investigación y el periodismo de precisión. Fuente: elaboración propia)

Para terminar de delimitar la relación que hay entre ambos tipos de periodismos ofreceremos la conclusión a la que llega Dader:

Los periodismos de investigación y de precisión comparten muchos puntos en común, produciendo a menudo una fusión perfecta y sin fisuras; pero también responden a dos ejes axiológicos diferentes que, por eso mismo, les permite mantener su propia autonomía y producciones periodísticas en ocasiones bien distantes (2002: 26).

Es decir, el periodismo de precisión no siempre es de investigación y el marco de coincidencia se da cuando “el periodismo de precisión tiene la voluntad de indagar por iniciativa del profesional en un conjunto de datos más o menos difíciles de obtener [...] con los que poner en evidencia una realidad oculta que los principales afectados seguramente no querrían que fuera revelada” (Dader, 2002: 27).

9.1.3. El periodismo de datos

El periodismo de precisión se convierte en el periodismo de datos, como se denomina ahora, merced a la relampagueante renovación tecnológica. La evolución de la red ha supuesto una era de cambios y transformaciones que ha afectado a

todos los ámbitos del periodismo. El periodismo de datos no es más que la evolución tecnológica del periodismo de precisión.

La principal diferencia que separa a estas formas de hacer periodismo es el tratamiento informático de los datos, ya que cuando se desarrolló el periodismo de precisión, en el último tercio del siglo XX, las herramientas tecnológicas estaban muy poco desarrolladas, lo que hacía que los periodistas no siempre pudieran utilizarlas, mientras que el periodismo de datos, desarrollado en los últimos años, tiene una absoluta dependencia tecnológica (Chaparro, 2013: 6).

En este contexto de revolución tecnológica hablar de periodismo de datos para Flores y Salinas es referirse a “técnicas nuevas en la creación de información periodística que requiere de conocimientos específicos y destrezas en el uso de bases de datos y presentación (visualización) de la información en nuevas interfaces” (2013: 16). Y entienden que el periodismo de datos se ha convertido en un campo del periodismo de investigación de gran éxito a nivel internacional.

Para que se pueda ejercer un buen periodismo de datos, además de los medios tecnológicos hacen falta al menos tres requisitos:

1/ La existencia de personal cualificado. El periodismo de datos se fundamenta en optimizar las herramientas tecnológicas más avanzadas con el fin de conseguir información gracias al análisis de los datos. Para eso es imprescindible que los periodistas que lo realicen estén preparados para enfrentarse a cientos de miles de ítems.

Progresivamente, cada vez más medios de comunicación son capaces de servir revelaciones periodísticas cocinadas en sus redacciones digitales, gracias a las destrezas adquiridas por estos periodistas especializados. La mayoría son jóvenes profesionales nacidos en la era de internet y que están adiestrados en el manejo de estas nuevas técnicas. Algunos de estos periodistas de datos se han formado en másteres como el de Periodismo de investigación, de datos y de visualización, creado por el diario *El Mundo* y la Universidad Juan Carlos I. Marcos García Rey, coordinador del curso, mantiene que todavía hay mucho camino por recorrer, porque la mentalidad de nuestros centros universitarios sigue estando obsoleta:

Nosotros creamos el primer máster de periodismo de datos que ha habido en Europa. Empezamos en 2012. Es el único programa que hay en España de formación universitaria sobre el tema. Es una estafa que a día de hoy, en las facultades de periodismo en España estén como están. No hay apenas información en estadística, matemática, en herramientas digitales nuevas, programación, Excel, no hay formación en visualización interactiva. Lo que estamos haciendo es formar periodistas como lo hacíamos hace treinta años, sin comprender que el ecosistema ha variado de manera radical (García Rey, 2014)¹⁷⁷.

Marcos cuenta en el máster con un 65% de alumnos extranjeros porque todavía en España el periodismo de datos no ha calado lo suficiente. La asignatura de periodismo de precisión se imparte en algunas facultades, pero de forma muy teórica. “Las facultades de comunicación, tanto españolas como iberoamericanas, no contemplan aún dentro de sus planes de estudio la formación para el periodismo de datos, como si lo hacen ya, desde hace algunos años, las escuelas de periodismo de universidades anglosajonas” (Flores y Cebrián, 2012: 224).

2/ Unos medios de comunicación que implementen el periodismo de datos. Para su definitiva implantación en España, el periodismo de datos se encuentra con los mismos inconvenientes que ha tenido históricamente el periodismo de investigación. Lo más importante para Marcos García Rey es que los directivos de los medios de comunicación todavía no invierten en crear equipos de unidad de datos en sus redacciones, y por eso se hace necesario un cambio de actitud:

Algo que en España no se da, es que los jefes tengan el convencimiento de que se puede hacer un mejor periodismo con el manejo y el análisis de las bases de datos. La gran mayoría de la gente que manda en los medios de comunicación en España no tiene ni idea de matemáticas, estadística, ni sabe manejar más allá de cinco o seis columnas de Excel. Hacen noticias muy poco fundamentadas siempre con rumores y con filtraciones y difícilmente entienden qué es esto del periodismo de datos [...] No entienden el ecosistema en el que vivimos, se piensan que el periodismo digital es volcar un PDF en la página de internet, todavía no saben que se pueden hacer muchísimas más cosas (2014).

El periodismo de datos necesita tiempo y dinero para poder ser efectivo y eso depende de la voluntad e interés de cada medio. Tiempo, porque analizar millones de ítems no se hace de un día para otro, y dinero, porque tanto en medios

¹⁷⁷ La entrevista completa se adjunta en el anexo 13.1.7.

personales como en técnicos hay que hacer un desembolso inicial notable. Marcos García Rey destaca que:

El periodismo de datos lleva tiempo, es costoso, requiere unos perfiles profesionales determinados, gente que no se asuste con una base de datos, que la sepa limpiar, que la sepa manejar, que sepa interrogar a esa base de datos, y luego hacerlas visibles, no sólo a la hora de publicarlas, sino también a la hora de investigar (2014).

3/ Una ley de transparencia informativa. Si, como hemos visto, el periodismo de investigación tiene como requisito necesario para su desarrollo la independencia, el recorrido de este tipo de periodismo de precisión, ahora llamado de datos, tiene como condición fundamental el grado de acceso a la información pública que exista en el país.

Mientras que en los países anglosajones y nórdicos –la primera ley de acceso a la información se hizo en Suecia, en 1766, y hoy sigue vigente– las leyes que garantizan la transparencia están muy consolidadas, en España, estamos asistiendo, muy lentamente, a un proceso de apertura por parte de la Administración. La entrada en vigor de la Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno, en Diciembre de 2013 (BOE, 10-12-2013), ha supuesto un impulso para algunos y un paso muy tímido para otros, en comparación con las normativas de otros países.

Por poner un ejemplo, en el modelo sueco se ampara especialmente al funcionario que revele una información. En España no se han puesto en marcha mecanismos de protección ni incentivos para aquellos que denuncien actos irregulares o corrupciones. A pesar de eso, Marcos García Rey ve un avance en “el hecho de que el Estado empiece a romper sus costuras en cuanto a la información. Es muy importante porque eso nos va a permitir hacer peticiones de información que nos van a dar bases de datos que nos van a contar historias, y eso antes eso era imposible” (2014).

Sin embargo, pasarán varios años hasta que veamos una puesta en práctica efectiva de la ley. Según un estudio, publicado en el www.elconfidencial.com, “las retribuciones, actividades y bienes de altos cargos se publican en su totalidad sólo en cinco de las diecisiete comunidades españolas. Se trata de tres informaciones

necesarias (pero no suficientes) para que un Gobierno pueda ser definido como transparente” (Tejedor, 2014).

9.1.4. El periodismo de datos en internet

Sin lugar a dudas el medio digital es el más apropiado para la realización de este tipo de periodismo. Por cuestiones técnicas, de tiempo, de espacio, interactividad, el ordenador facilita al lector la posibilidad de tener a golpe de ratón toda la información que requiera. Si se quieren analizar los datos, encontrar uno concreto, o verificar la autenticidad de las conclusiones sacadas por el periodista, en internet se podrá conseguir fácilmente.

La capacidad que tiene la red para almacenar información permite al lector consultar una enorme base de datos, cosa inviable en prensa o en televisión. Tiene la enorme ventaja ya no de serializar las noticias, sino de actualizar, al momento, los progresos que se estén produciendo en la investigación. En cualquier instante el periodista puede hacerle llegar al lector las reacciones que se produzcan o las consecuencias que se deriven de su información.

Aunque el periodismo de datos se desarrolla mejor en Internet, Marcos García Rey sostiene que también puede servir de herramienta para hacer un mejor periodismo en general, sea cual sea el tipo de periodismo, o el medio donde se ponga en práctica. En los periódicos podemos encontrar muestras muy interesantes de este tipo de periodismo, pero siempre con limitaciones. El principal problema para que la prensa realice un buen periodismo de datos es que “el papel es un gran castrador del periodismo de datos porque le hace falta espacio y eso solamente se encuentra en el medio digital. En el papel se puede colgar una carta, una factura, fotocopias, pero el mundo digital es mucho más generoso en ese sentido. Se puede rendir cuentas ante el lector mucho mejor” (García Rey, 2014).

La rendición de cuentas es una de las obsesiones de esta modalidad periodística y la ejecuta poniendo a disposición del lector todas las pruebas que ha obtenido. Al basar su investigación en el estudio y observación de los datos sus conclusiones no deberían albergar secretos, ni posibles manipulaciones. Digamos que está a disposición del lector todo el material en bruto, y él mismo puede analizar la documentación, verificar su autenticidad y exactitud.

Meyer habla de “replicabilidad” como una de las características del periodismo de datos, ya que cualquier persona puede consultar los datos obtenidos y reproducir cualquier experimento para dar con el mismo resultado (citado en Galindo, 2004: 103).

La fundación Civio¹⁷⁸, que se sustenta gracias a donaciones, es la principal impulsora de la transparencia informativa en España y la pionera del periodismo de datos en nuestro país. En su página *web* podemos encontrar iniciativas muy interesantes. Analizan exhaustivamente cada día el Boletín Oficial del Estado y de ahí extraen conclusiones muy reveladoras. Podemos observar desde un “indultómetro” –un desglose pormenorizado de los indultos concedidos en España desde 1996–, hasta un proyecto para escrutar fácilmente adonde van nuestros impuestos, o un informe de por qué se quema el monte, con datos de los incendios forestales.

La incesante colaboración de Civio con los medios de comunicación está posibilitando la publicación de muchos de sus hallazgos periodísticos. “España en llamas” es un ejemplo de ello. Este proyecto liderado por Marcos García Rey se realizó para Civio y se publicó en *www.elmundo.es* en el año 2013. Para su autor, en este caso se utilizó el periodismo de datos para llegar a conseguir un mejor periodismo de investigación. Un trabajo de nueve meses de duración que se va actualizando cada año. Mediante el análisis de cientos de miles de datos se publican informaciones que revelan aspectos desconocidos de la lacra de los incendios forestales en España.

“España en llamas” es un buen ejemplo de la humanización del periodismo de datos, ya que, históricamente, siempre se ha tildado de frío y aséptico. En este trabajo se aprecia un intento por mezclar las grandes cifras con las historias más personales. Se intenta vehicular el relato a través de los datos irrefutables, pero no se dejan de lado las fuentes personales. De hecho, uno de los epígrafes del reportaje se titula: “En sus propias palabras: veinticinco testimonios sobre los incendios y la gestión de los montes” (*www.espanaenllamas.es*, 21-7-2013).

¹⁷⁸ Bajo el lema “Bye, bye opacidad. Hola democracia” esta fundación promueve la transparencia informativa y el acceso libre a los datos públicos. En su página web *www.civio.es* recopila sus mejores trabajos de periodismo de datos y da las claves para que el ciudadano sepa encontrar aquella información que tiene derecho a conocer.

Marcos García Rey apuesta por esta forma de presentar el periodismo de datos:

Yo a mis alumnos les doy talleres de cómo escribir con datos. Cuando manejas muchos datos al final te puedes volver un poco loco a la hora de escribir y tienes que reaccionar más allá de los números. Eso se consigue con fuentes vivas, con otras fuentes documentales. Los números son fríos pero, punto uno; los números nos pueden contar historias y punto dos; a esos números e historias hay que ponerles músculo, corazón, sangre, huesos. ¿Cómo se hace eso? sobre todo con fuentes vivas, con personas. Un dos, no es sólo un dos. Detrás de ese dos, puede haber dos personas violadas, dos asesinados o dos futbolistas. Los números son símbolos de una realidad (2014).

“España en Llamas” pone datos sobre la mesa, pero también muestra la realidad sobre el terreno. Como dicen en uno de los reportajes: “hemos caminado sobre las cenizas y hemos sido testigos de la devastación paisajística”. Además de una información muy valiosa, “España en Llamas” es un documento que demuestra el absoluto desinterés de las administraciones por tener un mínimo control de las causas, los efectos y las consecuencias de los incendios. Especialmente significativa es la dejación de la justicia española en este campo, que pone de manifiesto la incapacidad, si quiera, de contabilizar los asuntos legales referidos a este delito que hay en España.

Podemos comprobar que el periodismo de datos ha pasado de ser un fenomenal instrumento a convertirse en un tipo de periodismo capaz de generar informaciones propias. “El periodismo de datos consiste en usar herramientas estadísticas y de visualización para contar mejor las viejas historias y descubrir nuevas historias que contar. Es la nueva veta del periodismo de investigación” (Flores y Salinas, 2013: 7).

Gracias al esfuerzo que supone esta nueva forma de presentar el periodismo de datos, se está consolidando esta tendencia con ejemplos periodísticos muy notables sobre todo en internet. En España, a día de hoy, el único periódico digital que tiene una unidad de datos es *elconfidencial.com*¹⁷⁹. La mayoría de las personas

¹⁷⁹ A nivel internacional son mucho más numerosos los medios digitales que llevan tiempo practicando el periodismo de datos. En el Reino Unido, *The Guardian* tiene una unidad de datos que lleva operando varios años con resultados sobresalientes. En EEUU, tanto *New York Times* como *Los Angeles Times* son referentes mundiales por sus trabajos en este campo.

que forman el equipo son antiguos alumnos del máster que codirige Marcos García Rey. Para este periodista de investigación lo que hace diferente a *elconfidencial.com* es que tiene un equipo especializado y dedicado a trabajar historias que se cuenten arropadas o en base a conjuntos de datos.

Mientras que las páginas *web* de los periódicos o las televisiones son, todavía, las hermanas pobres de la versión en papel o del canal, *elconfidencial.com* nació como un periódico de internet. Manuel Cerdán, que ha estado trabajando dos años como *free lance* para esta página *web*, cree es un modelo completamente diferente, con muchos más medios humanos, técnicos y económicos. “*elmundo.es* cuando empezó, era un hermano pequeño y con las migajas que le dábamos empezó a crecer, después se independizó y se hizo mayor de edad, pero todavía tiene al periódico que le suministra. *elconfidencial.com* tiene una redacción de setenta personas y te hacen un periódico en internet” (Cerdán, 2015).

elconfidencial.com está apostando por el periodismo de datos, pero también por el periodismo de investigación más clásico. De hecho periodistas como Manuel Cerdán han recalado en esa redacción con ese objetivo. “Me adapté bien porque me daban plena libertad y era *free lance* total, hacía mis temas a mi aire, trabajaba fuera y los temas cuando los tuviera los entregaba. Yo no quería la información diaria, yo dije que yo levantaba los temas. He publicado un montón de temas y todos propios” (*ibidem*).

García Rey, hace especial hincapié en la importancia de contar historias. Asegura que el principal peligro del periodismo de datos es confundirlo “con la apertura de datos. Es muy diferente. Yo puedo conseguir una base de datos y hacerla pública en un portal digital, pero con eso no estoy haciendo periodismo de datos” (2015). Se refiere a que no vale con mostrarle al lector una retahíla de cifras sobre lo que cobran los empresarios más ricos de España, sino que hay que hacer periodismo con esos números. Contar una historia a partir del análisis de esos datos. *elconfidencial.com* trabaja en esa línea, merced a lo cual tiene en su *web* numerosos ejemplos de reportajes muy interesantes.

Uno de los últimos hallazgos periodísticos de *elconfidencial.com* es el llamado *LuxLeaks*, realizado en colaboración con más de ochenta periodistas de veintiséis países. Esta filtración transnacional ha hecho “públicos e inteligibles los acuerdos secretos con la autoridad tributaria de Luxemburgo que permitieron a más de 370 multinacionales desviar sus beneficios al Gran Ducado. Y, gracias a ello, pagar

menos impuestos en los países donde residen u operan” (*www.elconfidencial.com*, 14-12-2014).

Estas filtraciones de Luxemburgo (*LuxLeaks*) han servido para poner al descubierto como las cuatro principales auditoras del mundo: *PwC*, *Deloitte*, *Ernst & Young* y *KPMG* han conseguido desviar masivamente a Luxemburgo los beneficios de cientos de empresas de todo el mundo: *IKEA*, *Pepsi*, *Amazon*, *Disney*, *Skype*, entre otras. Aun no siendo una práctica ilegal, sí ha sido censurada por muchos países afectados que enseguida han tomado medidas para evitar la evasión de impuestos.

Otra derivada importante es que todo se realizó bajo el mandato presidencial del actual presidente de la Comisión Europea Jean-Claude Junker. Hay que recordar que fue Ministro de Finanzas y Primer Ministro de Luxemburgo entre 1995 y 2013. Es decir, bajo su legislación se formó el marco legislativo que ha permitido a las empresas del *LuxLeaks* ahorrarse millones en impuestos. Recientemente ha tenido que enfrentarse a una moción de censura en el Parlamento Europeo por este motivo.

En su página web *elconfidencial.com* pone a disposición del lector 28.000 folios que desvelan los acuerdos confidenciales entre las empresas y el fisco luxemburgués. Además desglosa, con todo lujo de detalles, una información compleja y difícil de entender para el gran público. Hace un esfuerzo por extraer de cada información lo medular, lo sustancial y explicárselo al lector de la forma más didáctica posible. No es una tarea fácil, porque estamos hablando de ingeniería financiera, pero contextualizan la información, la desmenuzan y la sintetizan de manera muy comprensible.

Esta macrofiltración desvela unos hechos muy relevantes que afectan al funcionamiento de los Estados y que está teniendo consecuencias inmediatas. Aunque *elconfidencial.com* no fuera el destinatario original de la filtración, el desarrollo periodístico que le da a esos documentos secretos es lo que me permite afirmar que estamos ante un denodado trabajo de investigación llevado a cabo gracias a las herramientas del periodismo de datos. No es el periodismo de investigación clásico, es otro tipo de periodismo que se sustenta en las posibilidades del medio que lo hace público. Es el ciberespacio el que hace que *LuxLeaks* sea posible en toda su dimensión.

En febrero de 2015, *elconfidencial.com* sacó a la luz, junto a 140 periodistas de cuarenta y cinco países la famosa “Lista Falciani”. En ella había miles de nombres de personas físicas y jurídicas residentes en más de doscientos países con cuentas en el banco *HSBC* de Suiza. Entre ellos figuraban personajes destacados del mundo empresarial, de la nobleza y del espectáculo. No todos eran defraudadores, pero había traficantes de droga, de diamantes o armas cuyas ganancias estaban a buen recaudo gracias al secreto bancario de Suiza.

Ya no está de moda el periodista intrépido que consigue una información, tira del hilo, descubre una trama y narra su peripecia. Ahora, hay un sitio en internet al que llegan filtraciones anónimas con documentos que ocupan cinco *gigabytes* y que periodistas especializados han de conseguir interpretar para que su público los entienda. El periodista ya no trata tanto con personas, sino más bien con miles de ítems o metadatos.

9.2. El periodismo de filtraciones *online*

Las filtraciones periodísticas han sido un recurso muy utilizado por los periodistas a lo largo de la historia. Muchas de las más grandes revelaciones se han originado por una garganta profunda o por el envío de documentos, dossiers, informes confidenciales y comprometedores a las redacciones de los periódicos. Lo novedoso en los últimos tiempos ha sido que el medio por el que han circulado esos secretos o confidenciales anónimos ha cambiado. La irrupción de internet ha supuesto la aparición de una especie de buzón enorme en donde recibir y difundir esas filtraciones. Antes de abordar esta derivada, que ha supuesto una revolución en el panorama del periodismo, dejemos claro que son las filtraciones periodísticas.

Una filtración es la información valiosa, que no busca el periodista, sino que la recibe de una fuente que quiere preservar su identidad y que desvela datos que se mantenían ocultos. El filtrador suele actuar por conveniencia, quiere conseguir algo, influir, o bien actúa por despecho, y por eso el periodista ha de verificar y comprobar con extremo celo la información. En muy pocas ocasiones, la persona que ha filtrado la información lo hace desinteresadamente. Hay algunos que lo hacen por arrepentimiento o cargo de conciencia, aunque son casos casi testimoniales (Chicote, 2006: 217). Uno de estos casos excepcionales fue el soldado Bradley

Manning¹⁸⁰, causante de la mayor filtración periodística de la historia. Hasta la fecha no se conocen intereses económicos o personales que le beneficiaran en absoluto.

Con frecuencia la filtración ha servido de punto de partida para la consiguiente investigación periodística y en otras se ha convertido en noticia por si misma. Aquí es donde habría que distinguir entre el llamado periodismo de filtraciones y el periodismo de investigación. J.M Caminos explica la diferencia de forma muy taxativa:

El verdadero periodismo de investigación es aquel en el que el periodista, a través de intuición, su trabajo, su esfuerzo y sus propias fuentes, descubre algo que el público no conoce y que las personas afectadas desean mantener en el más estricto secreto. El falso periodismo de investigación es, por el contrario, aquel en el que el profesional no hace sino trabajar sobre unos datos completos que le han sido suministrados por una fuente de información que es anónima o que exige permanecer en el anonimato (1997: 4).

Es decir, el periodismo de filtraciones se limita a exponer lo que la fuente le va ofreciendo, algunas veces, de manera dosificada en función de sus objetivos. De esta forma el periodista corre el riesgo de convertirse en un correveidile o en una marioneta controlada por el filtrador. El principal cometido del profesional será comprobar que lo desvelado es cierto y publicarlo, pero no deberá tildar el trabajo como un elaborado periodismo de investigación porque no sería cierto.

Chicote lo califica como “periodismo de revelaciones”. Lo sitúa un escalón por debajo del de investigación y lo distingue del “periodismo de dossier”. “Si la filtración es un taco de folios al que sólo hay que darle formato periodístico nunca podrá venderse como una investigación, sino como lo que se conoce como periodismo de dossier” (2006: 217). Otra cosa bien distinta es que esa filtración sea el embrión de una ardua y costosa indagación que dé como resultado una revelación periodística de envergadura.

En cuanto a la identificación o no de la fuente en el periodismo de investigación, creemos que, si bien es lógico pensar que sería más creíble la información si conociéramos quién la ha aportado, la realidad nos demuestra que casi ninguna fuente ofrecería secretos si se desvelara su identidad. Eso podría

¹⁸⁰ Analista de inteligencia militar del ejército norteamericano que participó en la guerra de Irak y que fue condenado a treinta y cinco años de cárcel por revelar secretos de estado. Se le acusó de haber filtrado cientos de miles de documentos a *WikiLeaks*.

suponer en muchas ocasiones su despido, su ruina, su estigmatización o su muerte en los casos más extremos. Los libros de estilo de la mayoría de los medios¹⁸¹ aseguran que al menos hay que explicar de donde proviene esa información; que no ha caído del cielo, sino que tiene un origen más o menos concreto. Algo así como utilizar la manida fórmula de fuentes de la policía o según los trabajadores de la empresa. Entendemos que para el lector puede ser más creíble si se aporta ese dato, pero si se trata de cuestionar la existencia o no de esa fuente, ésta no va a ser más verdadera por englobarla en un colectivo. Y sin embargo, publicar ese dato sí que puede ser definitivo para la identificación de la fuente por parte de los investigados.

Tradicionalmente, la prensa ha sido la destinataria de estas filtraciones. Primero, por su vocación investigadora, que le confería mayor confianza a la fuente. Segundo, porque los periodistas de prensa tenían más contactos y mayor credibilidad. Tercero, porque era el medio más discreto y por tanto, que mejor garantizaba el anonimato de los informantes y cuarto, porque era el soporte más propicio para la publicación de este tipo de documentos e informes.

Sin embargo, con la llegada de internet los filtradores han encontrado en la red un medio que les ofrece todavía más posibilidades que la prensa sobre todo por razones operativas:

A/ El envío de los datos es más accesible. La facilidad e inmediatez con la que se pueden enviar y recibir las informaciones es una ventaja notable. A medida que se vayan perfeccionando estos flujos y canales tecnológicos de información esto se hará más evidente. Filtrar se convierte en algo más sencillo. Y se puede filtrar en cantidades industriales.

B/ Es un vehículo más potente para la difusión de lo que se quiere denunciar. La red es global y llega a todas partes. Una buena lanzadera para que lo que se denuncie tenga eco internacional. La máxima amplificación de lo que se revela es uno de los objetivos de estas plataformas. Hay varios ejemplos de filtraciones a nivel planetario.

¹⁸¹ El libro de estilo de *El País* (2014: 29) dice que pueden emplearse fórmulas que sin revelar la identidad de la fuente se aproximen lo máximo a ella; por ejemplo, “fuente gubernamental”, “parlamentaria”, “judicial”, “sindical” o “empresarial”.

C/ Almacena mayor cantidad de información. La capacidad que proporciona la red no la tiene ningún otro medio, es casi ilimitada. Si el filtrador quiere, puede incluso mandar su información a sitios *web* que ya tienen buzones preparados para albergar ingentes cantidades de datos.

D/ La interactividad es más sencilla. En el caso de que las fuentes quieran ser activas, siempre podrán mantener un contacto muy fluido con la plataforma en la que haya confiado.

E/ Garantiza un mayor anonimato y seguridad para la fuente. Existe la idea, consolidada ya de que internet es de los pocos lugares en los que cualquiera puede pasar inadvertido. Esto ayuda a que quien envía el dossier o informe se sienta más seguro y anónimo. Es cierto, que con unos pocos conocimientos informáticos podemos enviar una información sin que sea fácil rastrear el origen. Al margen de la red convencional donde están los buscadores tradicionales, existe la “Red Tor”¹⁸², cada vez más utilizada y por la que el seguimiento se hace todavía más difícil. Cualquier funcionario de la administración o empleado de una empresa dispone de un canal tecnológicamente seguro para transmitir información sin ser descubierto.

Teniendo en cuenta estas ventajas es fácil explicarse porqué cada vez más filtraciones periodísticas se hacen a través de internet. A modo de ejemplo señalaremos un caso reciente que demuestra la confianza que tienen las fuentes anónimas en los medios digitales. *Público.es*, un periódico digital, reveló en noviembre de 2014 una información exclusiva proveniente de una filtración. Denunciaba que el Presidente de Extremadura, José Antonio Monago, realizó durante los años 2009 y 2010, treinta y dos viajes privados a Canarias en primera clase y pagados por el Senado. La información firmada por la periodista Ana Pardo desvelaba que dichos vuelos tenían carácter privado, ya que allí vivía su ex novia. Tras semanas de desmentidos y declaraciones contradictorias por parte del político extremeño el caso quedó en un escándalo mayúsculo, pero sin consecuencias legales¹⁸³. La filtración, obviamente interesada, supuso para el medio la obligación de verificar unos datos tan comprometedores y el arrojo de publicarlos a pesar de las amenazas de querrela del investigado. En cuanto a la fuente, el periódico digital

¹⁸² También conocida como *Deep Web*, es aquella red ideada por los servicios secretos norteamericanos para evitar el rastreo de sus mensajes. Hoy en día se mueven por ella tanto delincuentes como aquellos que pretenden que su *ID* no pueda ser localizada.

¹⁸³ En las elecciones autonómicas del 24 de mayo de 2015, el PP, presidido por Monago, perdió el poder que ostentaba en Extremadura. El PSOE recuperó el gobierno de la comunidad extremeña.

nunca la citó, es más, ni siquiera el ámbito de actuación de la misma. La rumorología señaló a miembros del partido del Presidente de Extremadura, el Partido Popular, como los autores de la filtración.

A nivel trasnacional la mayor filtración de la historia tiene como protagonista al australiano Julian Assange y como catapulta a su página *WikiLeaks* (filtraciones rápidas).

9.2.1. El caso *WikiLeaks*

“El objetivo de las filtraciones es acabar con los hijos de puta”. Con esta frase de justiciero fijaba sus propósitos Julian Assange en un extracto del documental *Nosotros robamos secretos: la historia de WikiLeaks*¹⁸⁴. Este breve comentario dice mucho de la personalidad del creador del sitio *web* más polémico de la historia de internet.

Conviene decir que Julian Assange es fundamentalmente un *hacker*, un activista que decide crear una máquina para filtrar secretos a través de la cual podría distribuirlos a todo el mundo sin que nadie pudiera borrarlos. Bajo el lema “te ayudamos a hacer pública la verdad” quería que su *web* fuera una fenomenal caja de resonancia para combatir la corrupción en el mundo.

En origen, *WikiLeaks* nace en 2006 con un fin muy claro: luchar contra la opacidad de los gobiernos, reivindicar la transparencia informativa, servir de plataforma para la denuncia ciudadana, y de altavoz para aquellos que estaban silenciados. Para ello ponía a disposición del mundo entero un portal seguro para la recepción de informaciones con el fin de difundirlas abiertamente.

WikiLeaks admitía todo tipo de información, dato, cifra o documento que pudiera ser verificado y decía desentenderse del rumor, la confidencia o soplo. Assange pregonaba que hacía algo semejante al periodismo científico o de precisión; basado en informaciones contrastadas y no en opiniones o testimonios, como venía trabajando el periodismo hasta ahora. El periodismo de precisión estaba

¹⁸⁴ Documental estrenado en el año 2012 que analiza la historia de Julian Assange. Cuenta con el testimonio de Daniel Domsteich-Berg, portavoz y mano derecha de Assange durante tres años. (Gibney, 2012).

inventado, pero lo que suponía una novedad era la forma de almacenar o conseguir esos datos mediante filtraciones.

Lo que proponía *WikiLeaks* significaba en ese momento ¿una transformación del modelo periodístico? ¿un nuevo paradigma de información? ¿un concepto diferente de la comunicación? Lo que está claro es que no respondía a los parámetros convencionales del periodismo, y que gracias al soporte digital, encontraba una fórmula rompedora de obtener información través de filtraciones. Era un alternativa a las fuentes tradicionales de información. Borja Bergareche, periodista que ha estudiado a fondo el tema afirma que:

WikiLeaks no es el final de nada, ni el principio de algo nuevo. Pero sus aventuras y desventuras sirven para ilustrar transformaciones significativas en la prensa, y en el mundo. Y su importancia es suficiente, creo, para bautizar una época: la de la era digital al cuadrado. Un escenario en el que lo digital es el vehículo para el poder y sus contrapoderes, para la información y la desinformación, para los secretos y las claves que permiten descifrarlos (2011: 17).

Lo novedoso, por tanto, es el soporte al que llega la información y de la forma que es recibida. El periodismo de investigación estaba acostumbrado a tratar con sus fuentes, hablar por teléfono, verlas personalmente o al menos intercambiar mensajes con ellas. *WikiLeaks* lo que defendía era justo lo contrario, no quería conocer el origen de su filtración. Es más, valoraban el anonimato como algo fundamental por la seguridad que significaba para sus informantes.

Daniel Domsteich-Berg, portavoz de *WikiLeaks* y mano derecha de Assange durante tres años, reconoce en su libro que ni ellos mismos podían contactar con sus fuentes, por mucho que se tratara de algún asunto urgente. “Nuestros remitentes no dejaban rastro alguno en la red, ni la menor huella dactilar, ni un solo *byte* que pudiera delatarlos” (2011: 33).

Según Ramón Tijeras el gran problema de *WikiLeaks* es precisamente ese, que las fuentes no las conocen ni ellos mismos. “Ni las identifican, ni las localizan. En la profesión periodística sería inadmisibile publicar nada sobre cuyo origen no se tengan garantías. Y si no se sabe de dónde ha salido una información, al menos se comprueba su autenticidad por otros mecanismos” (2011: 6).

Además de su distanciamiento de las fuentes, otro principio fundamental de *WikiLeaks* era publicar todo lo que le llegara a sus manos en bruto, sin editar.

Tenían un concepto radical, descarnado e insensible de la transparencia y no reparaban en el daño que podían hacer a terceros con sus revelaciones. Sabemos las consecuencias que se pueden derivar de una información delicada y por eso, el periodista ha de salvaguardar a aquellos inocentes que se puedan ver afectados. Daniel Domsteich-Berg habla en su libro de varios casos en los que las filtraciones causaron un importante perjuicio a personas ajenas a la información (2011: 33-35).

A pesar de sus cuestionables métodos *WikiLeaks* fue adquiriendo fama poco a poco. El sitio *web* se convirtió en un contenedor *online* de filtraciones que sedujo a las suficientes fuentes como para descubrir asuntos de gran relevancia internacional.

9.2.2. Las principales filtraciones de *WikiLeaks*

La historia de *WikiLeaks* la conoce casi todo el mundo y nuestra pretensión al incluirla en esta tesis es abordar la disyuntiva de si lo publicado, a raíz de las filtraciones, se podría encuadrar en el periodismo de investigación o estamos ante una nuevo modelo, género o ecosistema informativo inclasificable.

Aunque *WikiLeaks* nace en 2006, la primera gran publicación se produjo el 1 de agosto de 2009. Fue gracias a la filtración de unos documentos confidenciales que demostraban que parte de la gravísima crisis financiera en Islandia tenía unos claros culpables. *WikiLeaks* desvelaba que el principal banco islandés, *Kaupthing*, se había dedicado a conceder préstamos de miles de millones de euros a socios y allegados del banco, en condiciones muy ventajosas, poco tiempo antes de que quebrara y tuviera que ser nacionalizado. Un auténtico saqueo por parte de los dirigentes de *Kaupthing*. En unos momentos de grave crisis económica, esa información indignó a la población islandesa que se movilizó, como nadie recordaba.

Pocos días después, cuando la cadena de televisión pública islandesa RUV se disponía a emitir un reportaje sobre lo que publicaba *WikiLeaks*, una orden judicial se lo impidió momentos antes de su inicio. El presentador le comunicó a su audiencia que si querían estar debidamente informados podían acudir a www.wikileaks.org. Sin duda, esa promoción fue un auténtico espaldarazo para Assange y los suyos.

En este caso, es evidente que estamos ante la publicación de un hecho ilegal que alguien quería ocultar, inédito y que trajo consecuencias muy importantes. Sin

embargo, *WikiLeaks* se limitó a verificar que los datos eran ciertos y a colgarlos en su página *web*, pero no realizó ninguna tarea periodística con ellos. Ni los analizó pormenorizadamente, ni los puso en contexto, ni los corroboró con otras fuentes, ni los explicó, en fin, simplemente los dio a conocer gracias a su plataforma. Es una muestra de “periodismo de filtración” que no ha requerido de una investigación previa por parte del periodista y cuyo mérito reside en la obtención de esos documentos y la revelación de los mismos. Atendiendo a lo expuesto por Marcos García Rey, también podríamos estar ante una simple “apertura de datos”.

El segundo momento cumbre de *WikiLeaks* se produjo con la publicación del vídeo “Asesinato colateral”, en el año 2010. Durante la invasión norteamericana en Irak eran frecuentes las incursiones en zonas peligrosas que se saldaban con víctimas civiles cuyos cadáveres veíamos yaciendo en el suelo. En cambio, en esta ocasión, las imágenes grabadas desde un helicóptero Apache, mostraban la cruda realidad. En la grabación se observa como un soldado americano acribilla desde la aeronave a un grupo de supuestos insurgentes iraquíes y a dos reporteros de la agencia de noticias Reuters. En la comunicación por radio entre el militar y la base, para obtener autorización para disparar, se aprecia la frialdad y el desprecio por la vida que sólo la guerra puede generar en el ser humano. Assange describió con acierto la actitud del militar: “Es como si estuviera jugando a un videojuego”¹⁸⁵. Además, se constata el garrafal error del soldado al confundir a los civiles con militares iraquíes, y al objetivo de la cámara del reportero, con un arma. En las imágenes también se ve como una furgoneta que pasaba por allí, es tiroteada cuando se disponía a recoger los cuerpos malheridos o mutilados. En el vehículo iban dos niños que fueron gravemente heridos en ese posterior ataque. En total murieron doce personas.

Cuando recibieron el vídeo de una fuente anónima, Assange y su equipo se reunieron en una casa de Reikiavik (Islandia) para analizar el documento de más de cuarenta minutos de duración. Primero, hicieron una selección de los fragmentos que colgarían en la *web* y, después, editaron una versión corta de unos diecisiete minutos con los momentos más impactantes. Finalmente, decidieron publicar el vídeo entero.

¹⁸⁵ Declaraciones de Julian Assange durante la rueda de prensa posterior a la publicación de “Asesinato colateral” en el *National Press Club* de Washington (5-4-2010).

La reacción, como esperaba Assange, fue planetaria. Las redes sociales se convirtieron en un hervidero que salpicaba indignación, estupor, venganza, todo tipo de sentimientos exacerbados. Y en el fondo de todo, una pregunta, ¿quién era el informante? ¿cómo había conseguido *WikiLeaks* esas imágenes? En la rueda de prensa posterior a la difusión, Julian Assange respondía a las cuestiones de los periodistas negándose a revelar la identidad de la fuente que le había proporcionado el vídeo.

El suceso, ocurrido tres años antes, ya se conocía, incluso, en un libro¹⁸⁶, se habían transcrito las comunicaciones entre la tripulación del helicóptero y sus superiores, pero las imágenes eran inéditas y esclarecían lo que pasó. Por eso el documento era tan valioso. *WikiLeaks* volvía a dar en el blanco con su periodismo de filtraciones.

Hasta el momento, en sus revelaciones más sonadas, Assange había eludido el tratar periodísticamente las informaciones recibidas y se había limitado a ponerlas al descubierto. A partir de ahora iba a adoptar otra estrategia.

Poco después del escándalo que provocó “Asesinato colateral” se supo que el soldado Bradley Manning, era el garganta profunda que había estado filtrando información confidencial a *WikiLeaks*. Este militar destinado en Irak como analista de inteligencia militar, había tenido acceso a miles de documentos clasificados y a vídeos como el difundido. Los había ido recopilando con el afán de que algún día el mundo entero se enterara de las, a su juicio, nefandas prácticas del ejército norteamericano. Para culminar su heroico, para unos, y ominoso acto, para otros, necesitaba encontrar a alguien capaz de publicar lo que tenía entre manos. Acudió a *WikiLeaks* donde fue recibido con los brazos abiertos. Este es el primer mensaje enviado por Manning y recibido por el sitio *web*, en el que el soldado tantea la posibilidad de filtrar la información:

21 de mayo de 2010. Mensaje encriptado recibido. Se comunica de forma privada. Hola, ¿cómo estás? Soy un analista de inteligencia militar al este de Bagdad. Digamos que alguien que conozco de forma íntima ha estado introduciéndose en redes clasificadas de EE. UU. recabando información. Es importante que se haga pública (*Nosotros robamos secretos: la historia de WikiLeaks*, Gibney, 2012).

¹⁸⁶ En *The good soldiers*, el periodista David Finkel relata su experiencia cuando se empotró durante el año 2007 entre las tropas norteamericanas que ocupaban Bagdad.

Allí, obtuvo el anonimato que andaba buscando y la comprensión que en el ejército no había encontrado. Más tarde, su error fue contactar, paralelamente, con un *hacker*, Adrian Lamo, al que le reveló lo que había hecho. Durante sus conversaciones le expresó detalles de su vida privada y se sinceró sobre sus motivaciones.

Manning estaba harto de ver las injusticias que se cometían en la guerra y quería que el mundo las conociera. Sus conversaciones con Adrian Lamo llegaron a oídos del Pentágono. La delación de este pirata informático le llevó a la cárcel. Por aquel entonces ya había transferido toda la información a *WikiLeaks*.

El último momento cumbre al que nos referiremos es el llamado “*Cablegate*”. Anteriormente, *WikiLeaks* ya había filtrado los documentos que desvelaban la actuación militar de EE. UU. en Afganistán e Irak. “Los diarios de la guerra” mostraban al mundo, lo que más o menos se conocía, pero esta vez, negro sobre blanco y en colaboración con algunos diarios como *The Guardian*. En total unos 470.000 documentos en los que se reconocían miles de muertos civiles no contabilizados oficialmente, la existencia de escuadrones de la muerte, con historiales muy sangrientos de asesinatos a mujeres y niños, y además, se relataban las brutales torturas a prisioneros iraquíes.

Ahora, con el “*Cablegate*”, lo que anunciaba *WikiLeaks* era un filón de más de 250.000 documentos confidenciales del Departamento de Estado norteamericano. Conversaciones secretas mantenidas por miembros del Pentágono con las embajadas de EE. UU. repartidas por todo el mundo. Nos detenemos en este caso porque el modo de proceder de Assange cambió con respecto a otras filtraciones. En esta ocasión decidió que para conseguir una repercusión total y global, no bastaría con su página *web* para la difusión, sino que sería necesaria la colaboración de los diarios más importantes e influyentes del planeta.

Fue el periodista de investigación Nick Davies, del periódico *The Guardian*, quién contactó con Assange para invitarle a cooperar. Según Davies, Assange era un fuente que tenía una información valiosa y había que convencerle para que la compartiera (Gibney, 2012). Hasta ese momento, el fundador de *WikiLeaks* había dejado constancia, en muy diferentes foros, de su animadversión hacia la prensa a la que había calificado de sumisa, corrupta e incapaz, pero en esta ocasión la

necesitaba. Sabía de la legitimidad y credibilidad que le otorgaba la prensa tradicional a todo lo que pudiera publicar.

Davies consiguió reunirse con Assange y establecer un plan de actuación para la publicación de la mayor filtración periodística de la historia. Según Borja Bergareche, Assange daba un giro en su estrategia de comunicación:

El Assange más activista, el *cow boy* de la transparencia y azote de gobiernos “opresores”, decidió en su afán transformador que necesitaba de un altavoz más fuerte para que el mundo entero pudiera ver, y reconocer, las actividades cuasi clandestinas de esa “agencia de inteligencia del pueblo” que él dirigía (2011: 31).

En esta relación interesada de Assange con la prensa se produce un cambio en el modo de proceder de ambos. Por una parte el ciberactivista radical se convierte en editor-periodista, y debe adaptarse a las servidumbres de la profesión periodística; analizar la información, clasificarla, jerarquizarla y editarla. (Hasta entonces se había negado a prescindir o restringir alguna filtración por cuestiones éticas o informativas)¹⁸⁷. Y por otra parte, los diarios tradicionales tienen que amoldarse a una nueva forma de trabajo mucho más compleja de análisis, comparación y visualización de cientos de miles de documentos en bruto.

Cada redacción puso a sus mejores y más especializados periodistas en la tarea de extraerle el jugo más sabroso a esa fruta prohibida que tenían entre manos. Según cuenta el periódico *El País* la labor fue muy costosa:

El material que hay que revisar exige una labor titánica. Son 250.000 cables, muchos de ellos extensos informes que deben pasar el filtro de una edición periodística para no poner en peligro vidas humanas. La información está almacenada en texto plano, formato CSV (del inglés *comma-separated values*), un montón de ficheros almacenados en hileras separadas por comas que hacen que los textos se asemejen más a un archivo de Excel, con tablas, que a un texto legible. Es indispensable el trabajo de los técnicos informáticos que los convierten en documentos analizables por los periodistas (www.elpais.com, 4-12-2010).

Los cinco diarios tuvieron que hacer un denodado esfuerzo para adaptar sus redacciones a esta tarea, si bien periódicos como *The New York Times* o *The*

¹⁸⁷ El periodista Nick Davies cuenta que Assange se opuso frontalmente a la supresión de nombres o datos comprometedores de inocentes hasta el último momento (Gibney, 2012).

Guardian tenían mucho terreno abonado. Ambos diarios, en sus ediciones digitales, llevaban tiempo implementando el periodismo de datos y contaban con los medios personales y técnicos apropiados para llevar a cabo ese ingente trabajo de selección y clasificación de la información.

Alan Rusbridger, el director del periódico londinense, mantiene que no se ha sabido valorar el trabajo que tuvieron que realizar para hacer asimilable al público los cables, ya que supuso una enorme inversión de tiempo, esfuerzo, recursos y energía. “Hay muy pocos, si es que los hay, casos paralelos en los anales del periodismo en los que cualquier organización de noticias haya tenido que enfrentarse a una base de datos tan enorme. Calculamos que debía tener unos trescientos millones de palabras” (Leigh y Harding, 2011-20).

Ambos actores de este acuerdo, *WikiLeaks* y la prensa internacional, consiguieron no sin mucho esfuerzo, que el 28 de noviembre de 2010 se publicara de manera conjunta en *The Guardian* (Reino Unido), *The New York Times* (EE. UU), *Der Spiegel* (Alemania), *Le Monde* (Francia) y *El País* (España) el llamado “*Cablegate*”. El periódico español titulaba en primera página de la edición digital: “La mayor filtración de la historia deja al descubierto los secretos de la política exterior de EE. UU.” (www.elpais.com, 28-11-2010).

Assange se empeñó en que la primera sacudida mediática de este terremoto informativo debía ser a través de internet, y así se hizo. Durante varias semanas la agenda informativa del mundo se centró en hablar de los cables que desvelaban las conversaciones secretas entre las embajadas norteamericanas de todo el mundo. Qué si Vladimir Putin era machista y autoritario, “un macho alfa”, qué si Sarkozy era estrechamente vigilado por los servicios secretos norteamericanos, qué si Berlusconi hacía fiestas salvajes. Otros cables ponían de manifiesto que para EE. UU., Rusia era un “Virtual estado mafia” donde era difícil distinguir entre las actividades del Gobierno y las de los grupos del crimen organizado, o que para Hilary Clinton los donantes saudíes son la principal fuente de financiación de grupos terroristas de todo el mundo.

Las filtraciones reflejaban la visión que tenía EE. UU. del mundo y podían poner en peligro sus relaciones diplomáticas con otros países: “En ocasiones las expresiones usadas en estos documentos, son de tal naturaleza, que pueden dinamitar las relaciones de EE. UU. con algunos de sus principales aliados” (www.elpais.com, 28-11-2010).

Los diarios llegaron a un acuerdo con Assange para difundir sólo aquellos cables que no pusieran en peligro la integridad de nadie, sin embargo casi un año después, el editor de *WikiLeaks* rompió su compromiso y colgó en su *web* la totalidad de los documentos sin ningún tipo de filtro. Había vuelto a hacer uso de su radical visión de la transparencia que tanto defendía. Los cinco periódicos concernidos en el acuerdo inicial, emitieron una nota conjunta en la que lamentaban y condenaban la actitud de *WikiLeaks* (www.elpais.com, 2-9-2011).

Curiosamente, la literatura moderna nos muestra un ejemplo muy convincente de la colaboración entre un *hacker* y un periodista, en la trilogía *Millenium*¹⁸⁸. La pirata informática Lisbeth Salander coopera con el periodista Michael Blomkvist para descubrir una compleja trama de corrupción. Muy al contrario de lo que pasa en la realidad con *WikiLeaks* y la alianza mediática, en *Millenium* se muestra la verdadera esencia del periodismo de investigación.

9.2.3. El “*Cablegate*” y el periodismo de investigación

La trascendencia de las revelaciones de esos cables diplomáticos la ha evaluado el tiempo. No hay nada que indique que, pasados unos años, esos secretos de Estado hayan provocado grandes cambios. A pesar de que los efectos han sido casi nulos, sí conviene analizar si estamos ante una muestra diferente de periodismo de investigación o ante un nuevo fenómeno periodístico inclasificable por su complejidad.

El “*Cablegate*” tiene unas características que lo hacen peculiar y desde luego no podemos decir que es periodismo de investigación, por lo menos, el conocido hasta entonces como periodismo de investigación, por los siguientes motivos:

1/ La obtención de los documentos no fue fruto de la ardua tarea investigadora del periodista. Fue consecuencia de una filtración, de a su vez, otra filtración. La fuente primaria (Manning) le ofreció la información a la fuente secundaria (Assange), que a su vez negoció con un *pull* de medios la publicación.

¹⁸⁸ La primera parte de la trilogía *Millenium* del autor sueco Stig Larsson se publicó en su país en el año 2005, un año después de su muerte. En agosto del año 2105 se lanzó una cuarta parte en la que la trama se centra en el tráfico de información confidencial.

Los periodistas lo que hicieron es un esfuerzo por verificar, ordenar y explicar la información recibida para hacérsela digerible a su público, pero no participó para nada en su búsqueda.

2/ Su publicación no fue exclusiva de un medio o de un periodista, sino de un grupo de periódicos de manera conjunta. No estamos ante un hecho que descubre un medio y que los demás se hacen eco, sino ante algo que ponen de actualidad multitud de medios heterogéneos. Es una exclusiva global y sincronizada de magnitudes hasta entonces desconocidas cuyo principal objetivo es impactar en la opinión pública.

3/ No se relatan unos sucesos por parte del periodista. Se ofrece la información de forma bastante aséptica y fría. Esto entronca con la visión científica del periodismo que tenía Assange que pensaba que la información debía llegar al público en bruto, sin intermediarios, ni interpretaciones. El diario *El País* hizo un esfuerzo por publicar informes de los cables, y de contextualizarlos, pero en todos ellos se aprecia esa frialdad propia de quién no ha investigado, sino que se ha encontrado con la información. Según Laura Tejedor, el modelo es que “los profesionales cuentan de manera impresionista unos datos revelados por una fuente” (2011: 433).

4/ Lo que descubren los cables son valoraciones, opiniones, impresiones que nos ayudan a comprender mejor las cónicas relaciones internacionales de EE. UU. con el resto del mundo, pero que muy difícilmente podrán tener consecuencias directas sobre nada o nadie, tal y como ha demostrado el tiempo. En algunos casos se trata de chascarrillos, en otros, de informaciones más o menos conocidas por todos y en los menos, de informaciones relevantes o comprometedoras.

5/ Al ser una información tan global, genérica, masiva y tan poco concreta se deshace entre los dedos. La sobreabundancia de información hace que resulte a ojos de la mayoría intrascendente por inabarcable. Si nos fijamos en las declaraciones de la mayoría de los periodistas envueltos en esta macrofiltración, la mayoría hacen ostentación de la cantidad, la magnitud, el tamaño de la información. Eso es muy sintomático. Javier Moreno, director de *El País*, en su crónica llamada “la gran filtración” (otra alusión al tamaño) califica de estrambote nacional la reacción de muchos medios al tildar el “*Cablegate*” de “cotilleos o chismes sin valor alguno para los ciudadanos en general y para sus lectores en particular”. Y se defiende señalando que los cables “revelan de forma exhaustiva, como seguramente no había

sucedido jamás, hasta qué grado las clases políticas en las democracias avanzadas de occidente han estado engañando a sus ciudadanos” (Moreno, 19-12-2010).

6/ Ya hemos visto que el periodismo de investigación ha de ser éticamente intachable y como hemos apreciado, Julian Assange ni se planteaba cuestiones de ese calado, porque sus principios eran los de un *hacker*. Es cierto, que la alianza mediática le conminó a ceder en sus pretensiones, pero en todo momento se explicita el escaso valor que le daba Assange a las consecuencias que podía tener la información que vertía.

7/ Se sabe que a última hora los cables fueron supervisados por el Departamento de Estado norteamericano a petición de *The New York Times*. El diario consiguió que el resto de periódicos consintiera que la Administración Obama hiciera aportaciones y sugerencias. Según el investigador Albert Quian: “El proceso de liberación de los cables no fue un ejercicio de periodismo libre, sino más bien una nueva escenificación de la sumisión de los medios de información tradicionales a los imperativos del Estado-nación” (2013: 40).

El País en la información difundida el día 28 de noviembre de 2010 escribía que: “entre otras precauciones, se ha decidido aceptar los compromisos a los que *The New York Times* llegue con el Departamento de Estado para evitar la difusión de determinados documentos” (www.elpais.com, 2010).

Para los investigadores holandeses Geert Lovink y Patrice Riemens lo que materializa *WikiLeaks* no cumple con las tres condiciones básicas del periodismo de investigación. “El periodismo de investigación tradicional solía fundamentarse en tres fases: el descubrimiento de los hechos, el cruce y contrastación de los datos y la contextualización de los mismos en un discurso comprensible. *WikiLeaks* lleva a cabo la primera fase, reclama hacer lo segundo, pero omite enteramente lo tercero” (2010: 142).

Sin embargo, para el catedrático de periodismo Carlos Elías, *WikiLeaks* es mucho más que un contenedor de filtraciones: “No se trata de filtraciones interesadas que una fuente da a un periodista, sino de verdadera investigación: se llega a los archivos secretos porque son los que contienen la verdadera información. Y llega el periodista/*hacker*” (2011: 6).

Para Elías, Assange es un ciberperiodista capaz de poner en jaque a la potencia más grande del planeta. Muchos son los que están intentando calificar y clasificar lo que hizo. Aquí lo que pretendemos es exponer que no es un ejemplo de

periodismo de investigación, sino un invento creado a imagen y semejanza de su fundador y que, como Assange, se fue transformando con el paso de los años y del éxito.

9.2.4. La evolución de *WikiLeaks*

Como hemos visto a lo largo de su corta historia *WikiLeaks* evoluciona considerablemente. Pasa de ser un buzón *online* que recibe y publica documentos en bruto a ser una página *web* con aspiraciones periodísticas. Desde 2006 hasta 2010, momento de las filtraciones más importantes, sufre una modulación evidente. Sin embargo, lo que siempre ha sido, es el reflejo de su creador. *WikiLeaks* es Assange; un activista más que un periodista, un revelador de secretos y no un contador de historias, un *hacker* antes que un investigador. Daniel Domsteich-Berg, su mano derecha, afirma en su libro que “Assange paso de ser un tipo normal a convertirse en un fenómeno pop” (2011: 6).

Assange, siempre ha renegado de la condición de periodista y de ejercer como tal. “Yo soy un editor. Actualmente, dado el estado de impotencia del periodismo, me parecería ofensivo que me llamaran periodista” (Assange, 2010).

Tampoco ha definido como periodismo lo que publicaba en su *web*, ni siquiera como seudoperiodismo: “A mi me gusta más la expresión: enciende la luz y echa a las ratas” (Gibney, 2012).

El único acercamiento al periodismo que reconoce es a través de lo que él llama un nuevo estándar: el periodismo científico. Carlos Elías otorga a Assange, aptitudes propias de un nuevo modelo de informador:

WikiLeaks y su fundador le han dado la vuelta a todo. Assange es el prototipo del nuevo ciberperiodista del siglo XXI. Es periodista, en la acepción gloriosa del término, porque actúa como contrapoder. Porque critica a los gobiernos corruptos y delata la impunidad con la que se cometen, por ejemplo, crímenes de guerra en Afganistán o Irak (2011: 4).

Creemos que Assange es más un activista o un antisistema que un periodista. El periodista tiene como función vigilar al poder, pero no perseguir al poder, ni arrogarse el papel de salvador del mundo. Este no debe ser el motor de su actividad, ni su obsesión, sino la consecuencia de su trabajo. Además, Julian Assange nunca

ha querido denominarse periodista y ha demonizado al periodismo tradicional, a pesar de que al final tuvo que apoyarse en la prensa para poder conseguir sus objetivos.

Tejedor mantiene que Julian Assange se vio desbordado por su propio invento. Las filtraciones eran muy numerosas y enormes, y tuvo que sucumbir al sistema. No le quedó más remedio que recurrir a los periódicos de siempre.

La filosofía inicial de *WikiLeaks* trató de respetar el orden de llegada de la información para publicarla sin alteraciones y en el mismo orden tal y como llegaba. Pero al cabo del tiempo sus responsables se dieron cuenta de que había que seleccionar, editar y publicar, incurriendo en un proceso de selección y, por tanto, censura, que traicionaba sus propios principios fundacionales (2011: 16).

En su etapa más evolucionada, la que le permite colaborar con los medios de comunicación de todo el mundo, consigue algo nuevo, diferente. Por un lado, esa sinergia cambia el modo de actuar de *WikiLeaks*, que no le queda otra opción que amoldarse a los parámetros periodísticos y, por otro, y más importante, consigue modificar los estándares de actuación de los medios y les abre una vía de exploración muy interesante. Es decir, los periódicos actúan por necesidad de una manera global y consensuada; situación impensable en otros tiempos. Deben negociar los contenidos con la fuente, pero también con los otros periódicos, que se mueven por criterios diferentes. Además, debido al éxito del modelo de *WikiLeaks*, se dan cuenta de que hay un filón y comienzan a explotar de manera continuada, en sus diarios digitales, la fórmula del buzón de filtraciones. Gracias a esa iniciativa, hoy en día, en todo el mundo, hay periódicos en internet que cuentan con direcciones electrónicas seguras en las que cualquiera puede colgar documentos. La información ya no está en manos de unos pocos, sino en casi todas partes. “El impacto de *WikiLeaks* en el mercado de la información ha sido tan evidente y convulso que ha obligado a los demás medios a replantearse toda su estrategia de comunicación y sobre todo las condiciones en que se presentan en la red ante los nuevos retos informativos de internet” (Tijeras, 2011: 19).

9.3. El periodismo de investigación *online*

La información en internet también es esclava de la actualidad. Más, si cabe, que la elaborada en prensa y en televisión, ya que es el medio más inmediato del que disponemos. Los últimos estudios¹⁸⁹ señalan el notable incremento de gente que se conecta al ordenador o al móvil para enterarse de la última hora sobre cualquier suceso. Aunque sigue siendo la televisión el medio preferido para informarse, el estudio concluye que es mayor el porcentaje de lectores que elige las paginas *web* de los diarios antes que los periódicos para conocer la realidad. En concreto un 49% se informa por las ediciones digitales por un 47% de la versión impresa.

Las *web* de los diarios son la versión exprés del formato papel y, por consiguiente, no pretenden investigar o analizar la información. En los periódicos digitales cualquier noticia puede ser refrescada al instante, actualizada sin apenas esfuerzo. Es la plataforma más idónea para seguir la actualidad minuto a minuto y por eso está ganando la batalla informativa al resto de soportes.

Parece complicado que en esta pugna por ser el más rápido haya espacio para el periodismo de investigación. Sin embargo, internet es también un medio muy propicio para la implantación del trabajo más exhaustivo y en profundidad. Entre las ventajas encontramos las siguientes:

A/ Permite almacenar ingente cantidad de información. La red nos ofrece la posibilidad de darle al lector toda la información que desee. Por una lado el reportaje elaborado y por otro, si fuese necesario, la información en bruto: documentos, informes, datos o dossieres.

B/ La viabilidad de serializar las novedades de manera continua. Antes, el periódico podía publicar una exclusiva y al día siguiente otra. Internet puede hacer un seguimiento al instante de sus progresos en la investigación. Puede incluir las novedades en cualquier momento.

¹⁸⁹ Según el estudio de *Reuters Institute Digital New report 2014*: España. (Universidad de Navarra) Disponible en: <http://www.unav.edu/documents/3786985/0/Reuters-Institute-Digital-News-Report-2014-Espana.pdf> Consultado el 7-3-2015

C/ El mayor anonimato para las fuentes. Las filtraciones resultan más seguras a través de los buzones creados por muchas redacciones digitales. Internet le ofrece mayores garantías a la fuente, su rastro es más complicado de seguir.

D/ La explotación de las redes sociales. A través de los distintos foros o sitios en internet se puede obtener información e interactuar con el lector. En algunas ocasiones las aportaciones de los internautas pueden ser de mucha utilidad para el desarrollo posterior de la investigación y, en otras, el debate que se genera en la red ayuda al periodista a conocer las inquietudes del lector.

E/ La gran difusión a través de la red. Con internet las exclusivas periodísticas ya no tienen fronteras. Las revelaciones consiguen impactar de forma global. Tan sólo hace falta una buena colaboración entre plataformas para llegar a todos los rincones del planeta.

F/ El desarrollo de los contenidos multimedia. En la red, con los suficientes medios económicos, es posible integrar texto, audio y vídeo en una misma información. Eso facilita la comprensión y el mejor entendimiento de lo que se cuenta.

Las cabeceras en papel más conocidas tienen en sus versiones digitales poco espacio para el periodismo de investigación. Utilizan su periódico en internet para competir por la exclusiva, y precisamente, es en su versión de periódico donde ofrecen la información más cuidada y trabajada. Por ese motivo, en la actualidad hay algunas páginas *web* que han nacido con vocación indagadora al margen de la actualidad informativa. Son sitios que están emulando lo que la televisión intentó hacer con la prensa, contratar a sus buenos periodistas para desarrollar un periodismo de calidad. En España ya hay varios ejemplos pero el mejor y más innovador lo hemos encontrado en Nueva York y se llama *www.propublica.org*

9.3.1 *ProPublica*. Un caso único de periodismo de investigación en internet.

En 2008, en un contexto de crisis económica mundial el periodismo estaba sufriendo recortes presupuestarios que afectaban a los periodistas que deseaban investigar. La prensa vivía momentos críticos y se necesitaban iniciativas que impulsaran la investigación periodística. En EE. UU., inventores de esta modalidad indagatoria, comenzaron a preocuparse por su futuro y hasta por su desaparición. Como de costumbre, el dinero era el principal obstáculo y los más perjudicados eran los profesionales dedicados a las tareas de investigación, que solían producir menos y gastar más. Ante este panorama, el matrimonio Sandler¹⁹⁰, multimillonario y comprometido, decidió que debían poner su granito de arena para sostener esta modalidad periodística tan prestigiosa en su país. Paul Steiger, famoso periodista norteamericano ganador de varios premios *Pulitzer*, relata en *El País* cómo fue la desinteresada propuesta de los magnates:

Una pareja de filántropos, Herbert y Marion Sandler, preocupados ante la disminución del periodismo de investigación en las redacciones tradicionales, me pidió consejo porque quería destinar diez millones a mantenerlo vivo. Después de varias conversaciones decidimos crear *ProPublica* con el compromiso de que ellos financiarían los tres primeros años (Steiger, 19-12-2010).

Paul Steiger, antiguo director de *Wall Street Journal*, fue el primer director de la publicación digital creada en 2008, con la intención de resucitar el periodismo de investigación en EE. UU. Arrancó con diez millones de dólares de la Fundación Sandler, y desde entonces, se financia básicamente gracias a las donaciones particulares o de fundaciones. Está constituida como una organización sin ánimo de lucro, por lo que no debe rendir cuentas a ningún consejo de administración.

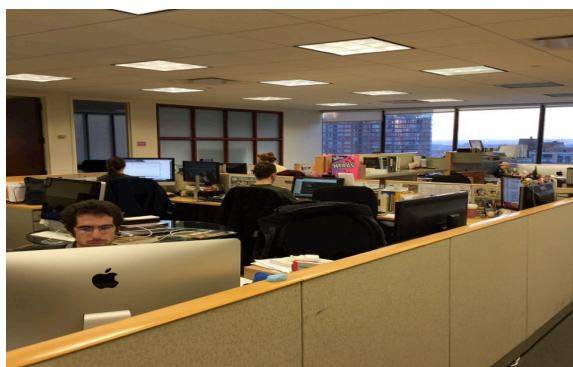
Steiger era consciente, por entonces, de las dificultades de consolidar una propuesta contracorriente, ya que la proliferación de contenidos de internet tenían un sesgo completamente diferente. La mayoría apostaba por la información diaria y la actualidad en lugar de intentar desarrollar contenidos en profundidad. Su lema tal y

¹⁹⁰ Según la revista *Forbes*, este matrimonio de banqueros estadounidenses Herbert y Marion Sandler se encontraba entre los multimillonarios que más dinero habían donado. En concreto, hasta el año 2009 habían dado 1.500 millones de dólares por diversas causas.

como reza en su página web es: “*ProPublica is an independent, non-profit newsroom that produces investigative journalism in the public interest*”¹⁹¹

La obsesión de *ProPublica* es realizar un periodismo comprometido que consiga poner sobre la mesa de la actualidad aquellos temas que el poder político o económico pretende ocultar. *ProPublica* está dedicada exclusivamente al periodismo de investigación. Entre sus contenidos sólo encontraremos reportajes en profundidad; no veremos las noticias del día, ni artículos de opinión.

El enorme interés que suscita esta iniciativa hizo que visitáramos la sede que tiene *ProPublica* en el *Downtown* de Manhattan. Lo primero que llama la atención de *ProPublica* es la moderna y amplia redacción de la que disponen, ubicada en un lugar privilegiado, como muestran las figuras 252 y 253.



(Figura 252: *ProPublica* está en pleno corazón de Manhattan. Fuente: elaboración propia).



(Figura 253: cincuenta y cinco personas trabajan en esta redacción. Fuente: elaboración propia)

En la actualidad la redacción de *ProPublica* está compuesta por cincuenta y cinco personas. Muchos de los redactores son experimentados reporteros de investigación y provienen de los mejores periódicos norteamericanos. Según Minhee Cho, *Director of public relations* de la publicación, “hay una mezcla muy enriquecedora de jóvenes talentos y profesionales con mucha experiencia que nos permite investigar los temas hasta el fondo” (2015)¹⁹².

Minhee asegura que *ProPublica* nació como algo único en el panorama digital y que tras más de seis años en funcionamiento, ha consolidado su arriesgada

¹⁹¹ *ProPublica* es una redacción periodística independiente sin ánimo de lucro que realiza periodismo de investigación para el interés público (www.propublica.org, 2015).

¹⁹² La entrevista completa se adjunta en el anexo 13.1.5.

propuesta. Introdujo un nuevo concepto que está siendo copiado en otras partes del mundo. Entre las novedades más significativas cabría destacar:

1/ Una redacción dedicada en exclusiva al periodismo de investigación. En su página *web* sólo leeremos reportajes en profundidad sobre temas de cierta relevancia social. No hay seguimiento de la actualidad, ni entrevistas, ni artículos de opinión.

ProPublica fue creada para hacer periodismo para impactar. Si ves el panorama del periodismo casi siempre se repiten las mismas noticias y se dicen las mismas cosas; son noticias de actualidad. Nosotros no queríamos sumarnos a este ruido, nos alejamos. Nosotros buscamos noticias propias que hayamos investigado. Normalmente tratamos problemas con los gobiernos, de salud, medioambiente, financieros, temas extensos que los demás no tienen el tiempo o el espacio en sus periódicos para dedicar mucha atención (Cho, 2015).

2/ Un modelo de financiación diferente. Está financiada por donaciones particulares o de fundaciones y no depende de la publicidad. Empresas como *Mozilla*, por ejemplo, les ofrecen la posibilidad de tener diez aplicaciones nuevas cada año y les proporcionan la tecnología para desarrollar el periodismo de datos.

3/ Comparten las revelaciones periodísticas. Además de como un medio de comunicación, operan como una productora de contenidos de periodismo de investigación, ya que ofrecen lo publicado a otros medios afines para lograr mayor impacto y sin cobrarles por ello. Publican bajo una licencia *Creative Commons*, eso significa que cualquiera puede reproducir su material, bajo unas condiciones. La esencia última de *ProPublica*, según Minhee, es que lo que publiquen alcance la mayor difusión posible, por eso no les importa compartir la información siempre que les citen como autores del trabajo. En la actualidad tienen 114 *newspartners* con los que colaboran en la producción de historias.

Llamamos *newspartners*, cuando publicamos una noticia, la publicamos con ellos a la vez y así ellos también tienen la historia por su lado. El objetivo es sumar y sumar audiencia, porque usamos sus plataformas de publicación. Por ejemplo, tenemos colaboración con el *Washington Post*, y gracias a eso, tenemos millones de lectores a los que no tendríamos acceso de otra forma, ya que se publica en su edición impresa y nosotros no tenemos edición en papel. Ellos consiguen una historia gratis, a la que no han tenido que dedicar el tiempo necesario para la investigación, y esto a nosotros nos permite tener

oportunidades para colaborar y que las historias tengan mayor impacto (Cho, 2015).

4/ Emplean aplicaciones para fomentar la transparencia informativa. Utilizan las herramientas digitales más sofisticadas para conseguir interactuar con sus lectores. Por ejemplo, tienen una aplicación que pone a disposición de los lectores de *ProPublica* una lista de los médicos que recetan medicamentos de determinadas empresas farmacéuticas y reciben sumas de dinero por ello. “Otras veces hacemos *crowdsourcing* (fuentes multitudinarias). Básicamente se hace un cuestionario o preguntas en general por *Twitter* o *Facebook* para nuestros lectores y conseguimos pistas de lo que le pasa a la gente y vamos a por ese asunto” (Cho, 2015).

5/ Realizan el periodismo de datos. Tienen una unidad especializada en la implantación de este tipo de periodismo. Muchos de los reportajes se sustentan gracias a la gran cantidad de datos que se exponen. *ProPublica* presta especial atención al periodismo de datos, de hecho “hay tres personas dedicadas en exclusiva a este tipo de periodismo, cosa no muy normal en esta industria. Tenemos mucha suerte por ello” (*ibidem*).

El equipo dedicado al periodismo de datos no sólo realiza sus propias informaciones, sino que asesora al resto de reporteros en el tratamiento de las bases de datos para la elaboración de sus reportajes. Disponen de un grupo de profesionales dedicados a ello y además cuentan con medios técnicos bastante avanzados.

En su corta historia *ProPublica* tiene entre sus grandes hitos ser el primer medio de comunicación digital en obtener el premio *Pulitzer* por un reportaje de investigación. El trabajo titulado “*The deadly choices at memorial*” (las decisiones mortales en el Memorial) fue publicado en el año 2009. La periodista Sheri Fink realizó un denodado trabajo, de más de dos años y medio de duración, sobre las consecuencias del huracán Katrina, que devastó Nueva Orleans en agosto de 2004. En concreto, se centró en el tratamiento que recibieron las víctimas de la catástrofe en el Hospital Memorial de Nueva Orleans. Fink, que además de periodista es médico, descubrió que varias enfermeras y doctores de este centro sanitario mataron con sedantes a numerosos pacientes ante la imposibilidad de hacerse cargo de ellos tras el huracán. Develaba que clasificaron a los enfermos en tres categorías según su enfermedad y que a los más graves, unos cuarenta y cinco, les

suministraron dosis de morfina suficiente para que fallecieran. Su reportaje, además de muy bien documentado, tenía la peculiaridad de identificar a todas las fuentes que le habían ayudado a conseguir la información. Tras la publicación del reportaje en *ProPublica* y en el *New York Times* se abrió una investigación criminal contra los culpables.

En el año 2011, *ProPublica* recibió otro premio *Pulitzer* por el reportaje “*The Wall street money machine*” (La maquina de dinero de Wall Street), realizado por los periodistas Jesse Eisinger y Jake Bernstein. El jurado les felicitó por el uso de herramientas digitales para ayudar a explicar un tema complejo a los lectores no expertos.

Minhee Choo también se enorgullece del compromiso que tiene *ProPublica* por cuestionar las medidas que pretenden imponer los gobernantes. Se refiere, en concreto, a un trabajo de investigación llevado a cabo junto a *New York City Public Radio Station* en el que abordaban las consecuencias que habían tenido en algunos Estados norteamericanos la puesta en marcha del *Fracking* (una forma de extracción de gas basada en la perforación del terreno). Realizaron un reportaje en 2008 que ponía en tela de juicio esta polémica forma de conseguir gas. Denunciaron que en lugares como Nuevo México o Colorado, el *Fracking* había provocado la contaminación de los pozos y de las aguas del subsuelo. En un momento de imparable escalada del precio del gas, el bajo coste de este sistema de extracción había supuesto la proliferación de esta técnica sin observar los perjuicios que podría causar para el medioambiente. Las empresas beneficiadas presionaban a los gobiernos para la implantación del *Fracking* en todo EE. UU., mientras que obviaban los posibles efectos negativos para la salud de los ciudadanos. Gracias, en parte, a las revelaciones de *ProPublica*, en el Estado de Nueva York está prohibida esta técnica desde finales de 2014, aduciendo grave riesgo para la salud de los habitantes y posibles efectos negativos para el medioambiente.

ProPublica comenzó a investigar el *Fracking* en el año 2008. Desde entonces, hasta diciembre de 2014, había publicado 167 informaciones sobre el tema. Como dice Minhee Cho, no todos los medios de comunicación se pueden permitir el lujo de hacer un seguimiento tan constante y exhaustivo de un tema. Pero en *ProPublica* tienen el espacio y el tiempo para hacer el periodismo que más les enorgullece:

Ese era uno de nuestros objetivos, realmente queríamos hacer eso; prestar más atención a temas que hoy no aparecen en los medios, cambiar políticas, lograr que nuestros reportajes tuvieran repercusiones y asegurar que los poderosos sean responsables de sus actos. Sentimos que no debe haber sitio en nuestra sociedad para los poderosos, que quieran esconderse detrás del poder de su dinero. Asegurar que todos los asuntos salen a la luz. Es posible que no cambie rápidamente, pues hay asuntos que es muy difícil hablar de ellos, pero queríamos estar seguros que siempre hay alguien apuntando con el dedo para asegurar que se habla de todos estos temas. Básicamente esas son las razones por las que quisimos crear *ProPublica* (Cho, 2015).

Otro de los reportajes más importantes producidos por *ProPublica* es “*Firestone* y el señor de la guerra”. Fue una investigación que duró siete años y se inició por una persona ajena a la redacción que les ofreció la información (Cho, 2015). Se publicó en noviembre de 2014 en colaboración con el conocido programa de televisión *Frontline* de la PBS. El trabajo demuestra que la multinacional norteamericana de neumáticos *Firestone* fue clave en la llegada al poder del líder liberiano Charles Taylor. A cambio de tener protección en las enormes plantaciones de caucho, que *Firestone* explotaba en Liberia, la compañía apoyó económicamente al jefe rebelde causante de una devastadora guerra civil en su país y en Sierra Leona. La compañía firmó un acuerdo en 1992 para pagar impuestos al gobierno de Taylor mientras este conseguía hacerse con el dominio de Liberia, nación a la que subyugó durante la década de los noventa. Taylor convirtió a su país y el vecino, Sierra Leona, en el escenario del horror. Durante varios años los ciudadanos de ambos países fueron sometidos a todo tipo de violaciones, mutilaciones, torturas y asesinatos. Taylor se convirtió en uno de los mayores genocidas de la historia y recientemente ha sido condenado por el Tribunal de la Haya a cincuenta años de cárcel por crímenes contra la humanidad.

ProPublica mostraba con documentos y testimonios las ayudas económicas que recibió Taylor de *Firestone* cuando todavía era un líder rebelde, que aspiraba a gobernar su país. Hay recibos en los que se desglosa el importe y el destinatario de ese dinero. A cambio, la empresa de neumáticos explotaba libremente los bosques de Liberia y obtenía caucho a precios muy económicos. *Firestone*, según las entrevistas, los documentos corporativos internos y los cables diplomáticos desclasificados obtenidos por *ProPublica*, sirvió como fuente de alimentos, combustible, camiones y dinero, utilizados por el ejército rebelde de Taylor,

Tras la publicación del reportaje, *ProPublica* solicitó a sus lectores que interactuasen a través de *Whatsapp*. Pedía a los trabajadores que fueron empleados por *Firestone* en las plantaciones de Liberia, que dieran su testimonio.

Recientemente, el 28 de septiembre de 2015, tanto *ProPublica* como el programa *Frontline*, recibieron de la Academia de Televisión, Artes y Ciencias Norteamericana dos premios Emmy por el reportaje “*Firestone* y el señor de la Guerra”. Uno en la categoría de mejor reportaje de investigación en formato largo y, otro, ensalzando la labor de investigación conjunta de ambos medios.

Un seguimiento diario de la página *web* de *ProPublica* nos sirve para comprobar la enorme productividad de su redacción. Casi todos los días publican reportajes de investigación nuevos, y paralelamente, se producen actualizaciones de trabajos ya realizados. En este aspecto es importante subrayar que siguen muy de cerca las repercusiones de sus reportajes. Cualquier novedad relacionada con su trabajo es inmediatamente expuesta en la página. Además, dan a sus lectores todas las facilidades para contribuir en la investigaciones ya reveladas. La figura del *MuckReads* –en clara alusión a los antiguos *muckrakers*– pretende involucrar al lector haciéndole partícipe de las investigaciones e invitándole a colaborar proactivamente en el desarrollo de los reportajes.

ProPublica supone un modelo a seguir para el periodismo de investigación. Tiene todas las características y todos los condicionantes necesarios para poder desarrollar este tipo de periodismo con plena libertad y sin cortapisas. Mencionaremos las más importantes:

1/ Tiempo. Todos los periodistas de la redacción están dedicados a realizar periodismo de investigación. Según nos informa Minhee Cho cuando se inicia una investigación no se fijan plazos para la finalización de un tema (2015).

Además, los periodistas de *ProPublica* están exentos de informar sobre la actualidad diaria. Obviamente, tiene que estar al corriente de ella, pero su atención se centra en aquellos asuntos que están al margen de la vorágine informativa. Sus reportajes acaban convirtiéndose en noticia.

2/ Espacio. La *web* de *ProPublica* ofrece la posibilidad de volcar toda la información necesaria. No hay restricciones de espacio. Los reportajes pueden ser todo lo extensos que sea pertinente y además se pueden ofrecer un número ilimitado de noticias sobre la investigación periodística llevada a cabo.

Algunos periódicos son muy estrictos en cuanto al número de palabras por artículo. Y no se puede, realmente, investigar alguno de los asuntos que cubrimos con una historia de doscientas palabras. Algunas de nuestras historias son de cinco o diez mil palabras, y es, porque esos asuntos realmente necesitan ese espacio y una edición impresa no se lo puede permitir (Cho, 2015).

3/ Presupuesto. *ProPublica* tiene presupuesto suficiente para sufragar los gastos de un equipo cualificado –al que se paga, según Cho, sueldos muy competitivos– abastecido con los medios más modernos. De hecho realiza uno de los periodismos más caros del momento, el periodismo de datos. El presupuesto es flexible y razonable, pero que no hay un límite establecido para cada reportaje (2015).

4/ Independencia. El ser una empresa sin ánimo de lucro, que se sostiene gracias a las donaciones y el dinero de algunas fundaciones, le permite tener unos márgenes de libertad bastante amplios. Además, no tiene que rendir cuentas ante ningún consejo de administración. Minhee Cho defiende la libertad con la que se trabaja en *ProPublica*:

Herbert y Marion Sandler, nuestros mayores donantes, no tienen ni idea de lo que escribimos, nunca les hemos dicho por adelantado lo que vamos a publicar, no han aprobado nada. Ellos nos dan el dinero, sin más, para hacer nuestro trabajo, y creen en eso. De esta forma mantenemos grandes muros entre nuestros donantes y nuestro editorial. Hemos funcionado siempre así. (2015).

Otro de los motivos que le permite ser independiente es que *ProPublica* no tiene pasado en papel; no es heredero de ninguna cabecera de prensa y, por lo tanto, no tiene sus servidumbres.

5/ Alcance e impacto. El hecho de compartir la información con otros medios de comunicación le permite llegar a amplias audiencias. Canales de televisión como la BBC o periódicos como el *New York Times* o *Washington Post* han publicado historias de manera conjunta con *ProPublica*.

En cuanto a la autoría de los trabajos y el respeto a los contenidos, Cho asegura que *ProPublica* revisa los textos que van a publicar sus socios para mantener los estándares de calidad y, sobre todo, no se pueda manipular el mensaje (*ibidem*).

6/ Profesionales cualificados. La mayoría de los periodistas que trabajan en *ProPública* son reporteros avezados y con una trayectoria dilatada en el periodismo de investigación. Muchos de ellos han conseguido premios *Pulitzer* a lo largo de su carrera (www.propublica.org, 2015).

7/ Estabilidad y continuidad. Esta página *web* lleva funcionando desde el año 2008 y ha pasado los peores momentos de la crisis económica. *ProPublica* es estable y eso proporciona seguridad al periodista que quiere investigar. Sabe que detrás hay una empresa sólida que le dará cobertura económica y legal si la necesita.

Con todos estos condicionantes favorables *ProPublica* ambiciona desempeñar un papel en la sociedad norteamericana que trasciende al de mero medio de comunicación, y aspira a convertirse en un elemento necesario para los ciudadanos.

Nuestro presidente y otros jefes ejecutivos han querido que *ProPublica* no se vea como una edición de noticias o un periódico, sino que seamos algo crucial para la sociedad, algo como el ballet, o la orquesta sinfónica. La gente apoya estas organizaciones, no porque quieren conseguir algo, sino porque creen que son cruciales para la sociedad, que nos beneficiamos todos teniendo alguien así ahí fuera. Así que, más que ser una herramienta para lanzar ciertos mensajes políticos o generar ciertas ganancias financieras, queremos ser reconocidos como una parte integral de la sociedad (Cho, 2015).

Esta reflexión de Cho entronca con las palabras que el primer director de *ProPublica*, Paul Stieger, pronunció en una entrevista concedida al diario *El País*: "El periodismo de investigación es tan necesario como la cultura" (Stieger, 19-12-2010).

10. CONCLUSIONES

A través del minucioso estudio de un caso, el programa *Diario de...*, y su correspondiente contextualización, hemos alcanzado una serie de conclusiones que dan respuesta a las preguntas formuladas en la introducción de esta tesis. Los resultados más concretos están circunscritos al objeto de estudio y los más genéricos, se refieren al origen y la evolución del periodismo de investigación en la televisión española.

1. El periodismo de investigación en televisión pretende emular los éxitos de la prensa, donde se ha venido publicando desde principios del siglo XX. Para ello contrata a algunos de sus mejores profesionales e intenta que pongan al servicio del medio audiovisual su credibilidad, su metodología, sus fuentes y su experiencia. Sin embargo, los condicionantes propios de la televisión; escasez de tiempo y espacio, sublimación de la imagen sobre la palabra, simplificación de los hechos y falta de análisis, protagonismo del espectáculo y la exigencia de resultados inmediatos, son identificados como obstáculos para el periodismo de investigación.

2. El periodismo de investigación en televisión se ha desarrollado esporádicamente, por impulsos o modas. Solamente ha tenido alguna continuidad cuando los factores técnicos, humanos o económicos, han sido muy favorables. Las televisiones españolas ni han creído, ni han invertido en la especialidad de forma convincente. La naturaleza incierta, cara y compleja de este tipo de periodismo, choca frontalmente con los objetivos empresariales de las cadenas de televisión, que desean productos fiables, rentables y sencillos de realizar.

3. El periodismo de investigación en televisión surge en EE. UU. a mediados de 1960, sin un referente claro como el que significó el *Watergate* en la prensa. En su intento por adaptarse al medio, hemos inferido que los temas elegidos para los reportajes abordan asuntos delincuenciales, judiciales, de salud o consumo. Se pretenden denunciar hechos ilegales o profundizar en asuntos que interesan a sus espectadores. No acostumbran a tratar temas de forma genérica, sino que se narran

historias más específicas de forma dramática y con un enfoque personalista. La televisión interpreta la realidad de forma emotiva y sensacional.

4. El periodismo de investigación en televisión se materializa en formatos de reportajes de larga duración –unos cincuenta minutos– que permiten una mejor aproximación y profundización del caso que se investiga. En muchas ocasiones, se recurre a la figura enunciativa de un reportero que interpreta la realidad y va detallando los pormenores de su investigación mientras suceden los hechos noticiables. Hay un doble hilo narrativo.

5. Los reportajes de investigación en televisión son trabajos fruto de la iniciativa del periodista-protagonista que dispone de tiempo, espacio y recursos para abordar una historia impactante de forma exhaustiva con el objetivo de descubrir y denunciar hechos que alguien quiere ocultar, que son relevantes para la sociedad y que interesan a sus espectadores.

6. En España, la televisión pública es la que realiza las primeras aproximaciones al periodismo indagatorio. El programa *Teleobjetivo*, emitido en TVE 1, en 1984, ofrece varios reportajes de investigación sobre temas comprometidos. A partir de entonces, localizamos algunos formatos semejantes como *Equipo de investigación o Dossier 21*, pero siempre lastrados por la falta de continuidad en emisión. La muestra muy poco representativa encontrada nos hace concluir, que la televisión pública, carente de la independencia necesaria y sujeta a los designios de los partidos gobernantes, no apoya ni considera que el periodismo de investigación deba tener un hueco permanente en su programación. Los espacios informativos de calidad, como *Documentos TV*, *En Portada* o *Línea 900* los relega a TVE 2.

7. El nacimiento de las cadenas privadas supone la implantación de la neotelevisión, que promueve el entretenimiento y el espectáculo, e ignora los espacios divulgativos o informativos. Telecinco es un claro ejemplo de ello. Antena 3 TV, con una inclinación más periodística, crea *Equipo de investigación*, un programa que dedica su esfuerzo durante tres años a indagar sobre temas, hasta entonces vetados, como el golpe de estado del 23-F o la muerte de Franco.

8. La productora el Mundo TV ha sido, desde el año 1998, la pionera en el uso de las cámaras ocultas y las técnicas detectivescas. Con el empleo de estas micro cámaras supera una importante barrera que dificultaba la expansión de la especialidad en el medio audiovisual: la obtención de imágenes que ilustraran las investigaciones periodísticas. Sus reportajes, basados en el periodismo encubierto, potencian el riesgo que corría el reportero en su intento por descubrir al narcotraficante, proxeneta o traficante de armas. Estos reportajes resultan muy atractivos para las cadenas de televisión, que invierten decididamente en ellos. A su vez, la respuesta de los telespectadores se traduce en muy altos porcentajes de audiencia: un 24,8% de media en los quince reportajes emitidos entre 1999 y 2002.

9. La cámara oculta es uno de los métodos recurrentes del periodismo de investigación en televisión, lo que no implica que su uso signifique, como a veces se deduce, que estemos ante un trabajo de investigación. Su empleo está sometido a una constante discusión. Para nosotros existen cuatro condiciones necesarias para la utilización de la cámara oculta: que la información que se vaya a obtener sea de relevancia pública, que no haya otro medio posible para conseguirla, que gracias a su empleo se demuestre algún hecho ilegal o ilícito y que antes de usarla haya un consentimiento previo de la asesoría legal del medio de comunicación.

10. *Diario de...* es el primer programa de la televisión española que realiza de manera estable y duradera, diez años, reportajes de investigación para una televisión comercial; hablamos de una cadena líder de audiencia, que fundamenta su éxito en la explotación del entretenimiento y el *show* televisivo. *Diario de...* es una isla en un océano de programas de crónica rosa, *realities shows* y ficción que conforman la parrilla de Telecinco. En ese contexto, diseña un formato híbrido de reportajes que mezcla información con algunas dosis de entretenimiento.

11. *Diario de...* es un programa de reportajes informativos, cuya pretensión es denunciar hechos que alguien quiere ocultar. Mediante la construcción de un relato espectacular busca entretener a los espectadores y, por lo tanto, obtener audiencia. *Diario de...* emplea las técnicas narrativas de las películas comerciales, o de los libros superventas, para conseguir, que el *target* de una cadena como Telecinco vea los reportajes.

12. *Diario de...* es un programa innovador por cuatro motivos: por el rol de la presentadora, por su interpretación de la realidad, por su estructura narrativa y por su realización audiovisual. La confluencia de todos estos factores permite colegir que *Diario de...* es un formato diferente a lo conocido hasta entonces en la televisión española. El papel de Mercedes Milá es el que determina el estilo del programa; su implicación en la investigación periodística, el “asalto” a los presuntos culpables y el seguimiento de los casos, se convierte en una tendencia que intentaron copiar formatos venideros. Hasta entonces, la televisión española no había experimentado con regularidad la presencia constante de un periodista en el discurso narrativo del reportaje. Esto es una de las razones de su éxito y el motivo de muchas de las críticas negativas que recibe.

13. El período de vida de *Diario de...* se divide en tres etapas. La primera, en Telecinco, se prolonga de 2004 a 2010. Se emiten sesenta y nueve reportajes. En estos seis años encontramos la muestra más representativa de reportajes de investigación. Consideramos que veinticuatro pertenecen a la especialidad, ya que necesitaron de un tiempo de elaboración e indagación mayor (al menos un mes), publicaron documentos inéditos y propios, revelaban datos que alguien quería ocultar, ofrecían una información relevante y en ellos se empleaban técnicas y métodos propios del periodismo de investigación. Eso supone algo más de un tercio del total.

14. La segunda etapa se desarrolla en Cuatro entre los años 2011 y 2014. Se emiten sesenta y ocho programas. *Diario de...* se transforma. Cambia de título, modifica su formato, y su temática se adecúa a las nueva coyuntura económica del país. Se emite semanalmente, lo que condiciona sus objetivos. El programa tiende a realizar un periodismo de denuncia basado en las demandas de los espectadores, en detrimento del investigativo. La diferencia entre ambos está en matices o detalles, pero la clave es el tiempo disponible para elaborar los temas. Aun así, *Diario de...* consigue sistematizar una forma de trabajo que le permite producir contadas investigaciones periodísticas. Algunas denuncias particulares emitidas en televisión pueden tener un efecto multiplicador y convertirse, poco a poco, en importantes reivindicaciones sociales.

15. *Diario de...* es eliminado de la parrilla de Cuatro porque la emisora cambia, paulatinamente, su parrilla suprimiendo contenidos informativos e impulsando el entretenimiento, lo que lleva a los directivos de la cadena a no apoyar esta tipología de formato. Eso se traduce en una mala programación, en horarios inadecuados y con escasa promoción. Las audiencias bajan progresivamente hasta caer a los datos más bajos de toda la historia de *Diario de...*: un 3,3% de *share*.

16. La tercera etapa, también en Cuatro, dura de marzo a julio de 2014. El programa pasa a llamarse *La Redacción* y se reinventa con el fin de adaptarse a las exigencias de la cadena. Introduce elementos propios del *docureality* –muestra el trabajo diario de los periodistas–, y retoma la investigación periodística. A pesar de ello se encuentra con el rechazo de los responsables de programación de la cadena, que están persuadidos de que el programa no tiene más recorrido, y de hecho, despiden al equipo antes del inicio de la primera emisión. Sólo se programan cinco reportajes.

17. *Diario de...* se mantuvo durante diez años en antena fundamentalmente por dos motivos: primero, por la promesa que el Consejero Delegado de Telecinco, Paolo Vasile, le hizo a la presentadora de que el programa seguiría emitiéndose mientras ella continuara presentando *Gran Hermano*, y segundo, por los notables resultados de audiencia que obtuvo durante casi toda su existencia.

18. Los datos de audiencia de *Diario de...*, están condicionados por los diferentes y profundos cambios en el panorama audiovisual a lo largo de diez años. Aun así, podemos concluir que logra, en casi todas sus etapas, el seguimiento de un gran número de espectadores. En los seis años de vida en Telecinco obtiene un 20,6% de cuota de pantalla. Siendo su primer año el más exitoso con un 25,9% de *share*. Eso le convierte en líder de su franja horaria en multitud de ocasiones. Ese apoyo de la audiencia permite que *Diario de...* se consolide y establezca en la emisión. Cuando el público deja de responder, el programa es retirado de la programación.

19. A lo largo de sus tres períodos, *Diario de...* emitió 142 programas. Del análisis de todos ellos se puede inferir el carácter investigativo del espacio. Eso no implica, ni mucho menos, que todos los reportajes cumplan con las premisas que se exigen a los reportajes de investigación. Un número considerable de ellos se quedan en la

publicación de una denuncia o la exposición de una determinada circunstancia. La razón fundamental es el cumplimiento de los planes de producción; en la primera etapa, realizar once programas al año y, en la segunda y tercera, la periodicidad semanal de emisión.

20. En cuanto a la temática, observamos que no hay apenas reportajes que aborden cuestiones políticas o económicas como ocurría en la prensa. Hay preponderancia de temas sociales, consumo, salud, medioambiente o delincuenciales. Hay asuntos recurrentes a lo largo de las distintas temporadas como el consumo o venta de droga, la cirugía estética o la prostitución. En un alto porcentaje de ellos se empleaba la cámara oculta como método de investigación. Este tipo de trabajos buscan impactar en el espectador y, por lo general, obtienen muy buenos datos de audiencia.

21. El éxito obtenido por *Diario de...* en Telecinco provoca que la competencia invierta en los reportajes de investigación para la televisión. Surgen algunos programas que ambicionan imitar la fórmula buscando su Mercedes Milá. En todos ellos observamos intenciones indagatorias, pero carecen de la regularidad necesaria. Las cadenas les retiran su confianza en cuanto los datos de audiencia no cumplen las expectativas. El primer paso es programarlos más tarde, y el segundo, eliminarlos de la parrilla.

22. Entre los reportajes analizados hay una muestra destacable que se promocionan como de investigación, pero que no alcanzan ese rango. Con esa publicidad pretenden trasladar a la audiencia una imagen rigurosa, veraz y comprometida; en cambio, en casi todos ellos hay dos constantes: ausencia de investigación y excesiva dramatización de los contenidos. Al mismo tiempo se le otorga categoría de periodismo de investigación a trabajos que ahondan en la vida privada de personajes de la crónica social. Son reportajes emotivos y frívolos, que atrapan al telespectador y le interesan, pero que no le afectan, ni influyen en su vida. El caso “Malaya” supone el paradigma de la trivialización de la información y la exaltación del sensacionalismo periodístico.

23. La creación de nuevas cadenas como La Sexta y Cuatro, supone una esperanza para el periodismo en televisión. En un inicio, Cuatro programa reportajes en horarios de máximo consumo. Jon Sistiaga, con un estilo subjetivo e impresionista, guía al espectador por aquellos temas que aborda en profundidad. Más que investigar o denunciar hechos ilegales, lo que pretende es dar a conocer situaciones, a veces escuchadas, pero muy pocas veces retratadas en televisión.

24. La Sexta, tras su fusión con Antena 3 TV, propone en su programación diversos formatos que interpretan y analizan con detalle la información. Uno de ellos, *Equipo de investigación*, está presentado por Gloria Serra y tiene similitudes con el objeto de estudio. Sin embargo, se emite semanalmente y su metodología de trabajo le impide que pueda dedicarse regularmente a la investigación periodística. El programa *Salvados*, conducido por Jordi Évole, ejerce un periodismo comprometido y arriesgado por los temas elegidos, y por su enfoque. Por primera vez encontramos un espacio televisivo en una cadena privada, que profundiza sobre temas complejos en horario de *prime time*. Asuntos económicos, políticos o judiciales han sido seguidos masivamente por los espectadores.

25. La presencia de una figura reconocida y creíble al frente de los reportajes supone un valor añadido, que las cadenas han explotado con formatos como los de Jon Sistiaga, Gloria Serra o Jordi Évole. Cada uno con su estilo, todos ellos han logrado fidelizar a un público y convencer a los directivos de las cadenas. De hecho se emiten en *prime time*, durante varias temporadas, invirtiendo una tendencia existente desde el nacimiento de las televisiones privadas. Por lo tanto, observamos, que La Sexta lleva años intentando significarse por analizar y tratar en profundidad la actualidad, consiguiendo coyunturalmente realizar reportajes de investigación.

26. El periodismo de investigación ha encontrado en la red un lugar idóneo para su expansión. Han surgido páginas *web* dedicadas en exclusiva a la especialidad y que utilizan el periodismo de precisión para elaborar un periodismo indagatorio más objetivo y científico. El periodismo de datos vive actualmente una eclosión a nivel mundial en los medios *online*. Muchos periódicos digitales disponen en sus redacciones de una unidad especializada. Son periodistas capaces de interrogar e interpretar ingentes bases de datos y gracias a ello publicar grandes reportajes.

27. *ProPublica* es un sitio *web*, nacido por efecto de la crisis económica, que es un ejemplo único en el panorama periodístico mundial. Hablamos de una página independiente, que se sostiene gracias a las donaciones, dedicada en exclusiva a investigar en aras del interés público; que dispone de tiempo, espacio, presupuesto, recursos técnicos y en la que trabajan profesionales cualificados. Reúne todos los requisitos necesarios para poder desempeñar un periodismo de investigación de calidad.

11. BIBLIOGRAFÍA, WEBGRAFÍA Y FUENTES DE INFORMACIÓN

11.1. Monografías, contribuciones en monografías, anuarios y tesis doctorales

Aladro, Eva. (1995): "Periodismo de investigación: historia, teoría y metodología" Págs. 111-130 en A. El Mir/ F. Valbuena. (eds.) *Manual de periodismo*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Prensa ibérica.

Anuario de la Televisión. (2005): Madrid, GECA.

—. (2005/06): Madrid, GECA.

Artero, Manuel. (2004): *El guión en el reportaje informativo. Un guiño a la noticia*. Madrid, IORTVE.

Aucoin, James L. (2005): *The Evolution of American Investigative Journalism*. Columbia and London, University of Missouri Press.

Bardin, Laurence. (1986): *Análisis de contenido*. Madrid, Akal.

Barroso, Jaime. (2009): *Realización de documentales y reportajes*. Madrid, Síntesis.

Benito, Ángel. (1995): *La invención de la actualidad*. Madrid, Fondo de cultura económica de España.

Bergareche, Borja. (2011): *WikiLeaks confidencial*. Madrid, Anaya.

Bezunartea, Oza. (1998): "¿Periodismo de investigación o de filtración?" Págs. 17-42 en *Estudios de periodística VI. Periodismo de investigación*. Vigo, Excma. Diputación de Pontevedra.

Bly, Nellie. (2009): *10 días en el manicomio*. Barcelona, Buck narrativa norteamericana.

Brichs, Xavier. (2003): *Reflejos de la realidad. Así son y así se hacen los mejores programas de reportajes de la televisión*. Barcelona, CIMS.

Burgueño, José Manuel. (2008): *La invención en el periodismo informativo*. Barcelona, UOC.

Bustamante, Enrique. (1999): *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona, Gedisa.

—. (2006): *Radio y televisión en España. Historia de una asignatura pendiente de la democracia*. Barcelona, Gedisa.

Cacho, Jesús. (1999): *El negocio de la libertad*. Madrid, Foca.

Caminos, José María. (1997): *Periodismo de investigación: teoría y práctica*. Madrid, Síntesis.

Carrillo, Marc. (2012): “Consecuencias para el periodismo de la sentencia sobre las cámaras ocultas”. Págs. 36-38 en *Cuaderno de periodistas* N° 24. Madrid, APM.

Casero, Andreu y Marzal, Javier. (2011): “Algunas claves para la comprensión de las hibridaciones entre información y entretenimiento en el periodismo televisivo: el infoentretenimiento en la era del espectáculo”. Págs. 11-22 en Casero y Marzal (eds.): *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias*. Zamora, Comunicación social.

Castillo, José María. (2009): *Televisión, realización y lenguaje audiovisual*. Madrid, Instituto radio televisión española.

Cebrián, Juan Luis. (2009): *El pianista en el burdel*. Madrid. Galaxia Gutemberg.

Cebrián Herreros, Mariano. (1998): *Información televisiva. Mediaciones, contenidos, expresión y programación*. Madrid, Síntesis.

Cerdán, Manuel. (2004): *Repercusiones políticas y judiciales del periodismo de investigación en España 1993-1996*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.

Coople, Neale. (1968): *Un nuevo concepto del periodismo*. Reportajes interpretativos. Argentina, PAX MEICO.

Corbetta, Piergiorgio. (2007): *Metodología y técnicas de investigación social*. Madrid, McGraw-Hill.

Cortés, José Ángel. (1999): *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*. Navarra, EUNSA.

Chicote, Javier. (2006): *El periodismo de investigación en España: causas y efectos de su marginación*. Madrid, Fragua.

Dader, José Luis. (1995): "Periodismo de precisión: la observación matemática de la actualidad". Págs. 151-172 en A. El Mir/ F. Valbuena. (eds.): *Manual de periodismo*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Prensa Ibérica.

De Fontcuberta, Mar. (1993): *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona, Paidós.

De Mendizábal, Rafael. (2012): "El reportaje con cámara oculta en su dimensión constitucional". Págs. 39-41 en *Cuaderno de periodistas* N° 24. Madrid, APM.

De Pablos, José Manuel. (2001): *El periodismo herido*. Madrid, Foca.

Del Rey Morató, Javier. (1998): *El naufragio del periodismo en la era de la televisión*. Madrid, Fragua.

Díaz Güell, Luis. (2003): *Periodismo y periodistas de investigación en España. 1975-2000. Contribución al cambio político, jurídico, económico y social*. Tesis doctoral. Universidad Complutense de Madrid.

Díaz Herrera, José. (2009): *Pedro J. Ramírez al desnudo*. Madrid, FOCA.

Díaz, Lorenzo.(1999): *Informe sobre la televisión en España*. Barcelona, Ediciones B.

Diezhandino, María Pilar. (1994): *El quehacer informativo*. Bilbao, Universidad del País Vasco.

—. (2007): *Periodismo y poder*. Madrid, Editorial Pearson educación.

—. (2002): *Periodismo de precisión. Vía socioinformática de descubrir noticias*. Madrid, Editorial Síntesis.

Domschteig-Berg, Daniel. (2011): *Dentro de WikiLeaks*. Barcelona, Roca.

Durán, Isabel y Díaz Herrera, José. (1996): *Pacto de silencio. La herencia socialista que Aznar oculta*. Madrid, Temas de hoy.

Duva, Jesús y Junquera, Natalia. (2011): *Vidas robadas*. Madrid, Aguilar.

Eco, Umberto. (1986): *La estrategia de la ilusión*. Barcelona, Lumen.

—. (2005): *Cómo se hace una tesis*. Barcelona, Gedisa.

Fernández Jara, Laura. (2013): *El documental periodístico como garante de la función de servicio público de la comunicación. Estudio de los programas Documentos TV y En Portada de La 2 de Televisión Española*. Tesis doctoral. Departamento de Información y documentación de la Universidad de Murcia.

García Avilés, José Alberto. (1996): *Periodismo de calidad: Estándares informativos en la CBS; NBC y ABC*. Navarra, EUNSA.

—, (2004): “Distorsiones de la realidad en la neotelevisión. El pseudoperiodismo satírico y el periodismo de entretenimiento como subgéneros del info-show” Págs. 37-46 en *La comunicación: nuevos discursos y perspectivas*. Madrid, Edipo.

—, y González Mesa, Isabel. (2008): “La oferta de las televisiones generalistas en el prime time de la temporada 2006-07” Págs. 46-63 en Bienvenido León (coord.): *Transformar la televisión. Otra televisión es posible*. Sevilla, Comunicación social.

—. (2013): “El mundo real como materia prima para entretener: radiografía del entretenimiento” Págs. 25-35 en Bienvenido León (coord.): *Entretenimiento televisivo basado en hechos reales*. Salamanca, Comunicación social.

González Requena, Jesús. (1989): *El espectáculo Informativo o la amenaza de lo real*. Madrid, Akal.

Gordillo, Inmaculada. (2009): *Manual de narrativa televisiva*. Madrid, Síntesis.

Iriondo, Luis y Canals, Enric. (1984): *I Jornadas sobre televisión autonómica*. Zaragoza, Diputación General de Aragón.

Kapuscinski, Ryszard. (2002): *Los clínicos no sirven para este oficio*. Barcelona, Anagrama.

Kovach Bill y Rosenstiel Tom. (2003): *Los elementos del periodismo*. Madrid, Ediciones El País.

La Vanguardia. (2004): *Libro de redacción*. Barcelona, Ariel.

Lalueza, Ferrán. (2003): *Periodismo de investigación televisivo. Marco teórico y metodológico par el análisis de la modernidad*. Tesis doctoral. Universidad Pompeu Fabra, Barcelona.

—. (2010): “¿Crimen en familia? La eclosión de las modalidades bastardas del periodismo de investigación en las parrillas televisivas españolas como coadyuvante de la desaparición genuina”. Págs. 67-79 en Bienvenido León (coord.): *Informativos para la televisión del espectáculo*. Sevilla-Zamora, Comunicación social.

- Lambeth, Edmund B. (1992): *Periodismo comprometido*. México, Noriega
- Leigh, David y Harding, Luke. (2011): *WikiLeaks y Assange*. Barcelona, Deusto.
- León, Bienvenido. (2010): "Información y espectáculo un nuevo ecosistema informativo" Págs. 17-29 en Bienvenido León (coord.): *Informativos para la televisión del espectáculo*. Sevilla/Zamora, Comunicación social.
- Lippmann, Walter. (1922): *Public Opinion*. New York, Macmillan.
- López, Antonio y Fernández, M^a Ángeles. (2013): *Periodismo de inmersión para desenmascarar la realidad*. Salamanca, Comunicación social.
- Magro, Baltasar. (2003): *Informe Semanal. 30 años de historia*. Madrid, Plaza & Janés.
- Malalana, Antonio. (2013): *Métodos y técnicas de investigación para historiadores y periodistas*. Madrid, CEU.
- Marlasca, Manuel. (2012): "Consecuencias para el periodismo de la sentencia sobre las cámaras ocultas". Págs. 25-28 en *Cuadernos de periodistas* N° 24. Madrid, APM.
- Martí Pellón, Daniel. (1998): "Otras reflexiones sobre la investigación periodística " Págs. 141-144 en *Estudios de periodística VI. Periodismo de investigación*. Vigo, Excma. Diputación de Pontevedra.
- Martínez Albertos, José Luis. (1998): "El zumbido del moscardón" Págs. 55-66 en *Estudios de periodística VI. Periodismo de investigación*. Vigo, Excma. Diputación de Pontevedra.
- Mayoral, Javier. (2008): *Redacción periodística en televisión*. Madrid, Síntesis.
- Mercado, María Teresa. (2004): "¿Investigación periodística o espectáculo?" Págs. 61-66 en *La comunicación: nuevos discursos y perspectivas*. Madrid, Edipo.
- Meyer, Philip. (1993): *Periodismo de precisión. Nuevas fronteras para la investigación periodística*. Barcelona, Comunicación.
- Muraro, Heriberto. (1997): *Políticos, periodistas y ciudadanos*. Argentina, Fondo de cultura económica.
- Nieto, Miguel Ángel. (1995): "El periodismo de investigación como anticipación" Págs. 133-149 en A. El Mir/ F. Valbuena. (eds.): *Manual de periodismo*. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, Prensa Ibérica.

Oliva, Lluçia y Sitjá, Javier. (2007): *Las noticias en radio y televisión*. Barcelona, Omega.

Palacio, Manuel. (2008): *Historia de la televisión en España*. Barcelona, Gedisa.

—. (2012): *La televisión durante la Transición española*. Madrid, Cátedra.

Panorama audiovisual. (2005): Madrid, EGEDA.

Peredo, José María. (2003): “Periodismo de investigación”. Págs. 175-192 en Manuel de Ramón (coord.): *10 lecciones de periodismo especializado*. Madrid, Fragua.

Puente, Soledad. (1997): *Televisión: el drama hecho noticia*. Santiago, Universidad Católica de Chile.

—. (1999): *Televisión: la noticia se cuenta*. México, Alfaomega.

Pujol, Juliá. (2014): *El periodisme d’investigació al programa 30 minuts de Televisió de Catalunya*. Trabajo fin de grado. Universitat Autònoma Barcelona.

Quesada, Montserrat. (1987): *La investigación periodística. El caso español*. Barcelona, Ariel.

—. (1996): “Los tópicos del periodismo de investigación” en Págs. 167-184 *Estudios de periodística IV*. Vigo, Excma. Diputación de Pontevedra.

—. (1997): *Periodismo de investigación o el derecho a denunciar*. Barcelona, CIMS.

—. (1998): *Periodismo especializado*. Madrid, Ediciones internacionales universitarias.

Quian, Alberto. (2013): *El impacto mediático y político de WikiLeaks*. Barcelona, UOC.

Ramírez, Pedro J. (2000): *Amarga victoria*. Madrid, La esfera de los libros.

Rebollo, Lucrecio. (2012): “Consecuencias para el periodismo de la sentencia sobre las cámaras ocultas”. Págs. 42-45 en *Cuadernos de periodistas* N° 24. Madrid, APM.

Redondo Neira, Fernando. (1998): “Línea 900. Revelaciones del secreto”. Págs. 187-202. *Estudios de periodística VI. Periodismo de investigación*. Vigo, Excma. Diputación de Pontevedra.

Reig, Ramón. (2000): *Periodismo de investigación y pseudoperiodismo*. Madrid, Libertarias.

—. (2000): “Política y periodismo: lo que la estructura ha unido que el rigor no lo separe”, Págs. 183-172 en *Estudios de Periodística VIII. El Periodista como actor político*. Vigo, Excma. Diputación de Pontevedra.

Rodríguez Pastoriza, Francisco. (2003): *La mirada en el cristal*. Madrid, Fragua.

Rodríguez, Pepe. (1994): *Periodismo de investigación: técnicas y estrategias*. Barcelona, Paidós.

Ruíz Olabuénaga, José Ignacio. (2012): *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao, Universidad de Deusto.

Saik Yoon Chin. (2000): “El impacto sobre los medios de comunicación”. Págs. 101-112 en *Informe mundial sobre la comunicación y la información de la Unesco (1999-2000)*. París, Unesco.

Salas, Antonio. (2003): *Diario de un skin*. Madrid, Temas de hoy.

Sampieri, Roberto; Fernández-Collado, Carlos y Baptista Lucio, Pilar. (2006): *Metodología de la investigación*. México, McGraw-Hill.

Sánchez Aranda, José Javier. (2005): “Análisis de contenido cuantitativo de medios”. Págs. 207-227 en M^a Berganza y José A. Ruíz (coords.): *Investigar en comunicación*. Madrid, McGraw-Hill.

Sánchez Vicente, Consuelo. (2002): *El poder de la prensa, entrevista a Pedro J. Ramírez*. Madrid, Temas de Hoy.

Sartori, Giovanni. (1998): *Homo Videns: la sociedad teledirigida*. Madrid, Santillana.

Secanella, Petra. (1986): *Periodismo de investigación*. Madrid, Tecnos.

Sinova, Justino. (1998). “Periodismo e investigación” Págs. 43-52 en *Estudios de periodística VI. Periodismo de investigación*. Vigo, Excma. Diputación de Pontevedra.

Soler, Llorenç. (1998): *La realización de documentales y reportajes para televisión*. Barcelona, CIMS.

Thussu Kishan, Daya. (2011): "Infoentretenimiento S.A.: la ascensión de una ideología global". Págs. 29-44 en Casero y Marzal (eds.): *Periodismo en televisión. Nuevos horizontes, nuevas tendencias*. Zamora, Comunicación social.

Úbeda, Joan. (1993): *Reportaje en TV: el modelo americano*. Barcelona, IXIA.

Urdaci, Alfredo. (2005): *Días de ruido y furia*. Barcelona, Mondadori

Úriz, María Jesús; Ballester, Alberto; Viscarret, Juan Jesús y Ursúa, Nicanor. (2006): *Metodología para la investigación*. Pamplona, Eunarte.

Vaca, Ricardo. (2009): *El puzle de la audiencia televisiva*. Madrid, Fundación Exlibris.

Valhondo, José Luis. (2013): "Salvados y la crisis económica: ¿Por qué el infoentretenimiento de calidad es posible". Págs. 37-47 en Bienvenido León (coord.): *Entretenimiento televisivo basado en hechos reales*. Salamanca, Comunicación Social.

Vilalta i Casas, Jaume. (2006): *El espíritu del reportaje*. Barcelona, Universitat de Barcelona.

Villafañe, Justo. (2004): *La buena reputación. Claves del valor intangible de las empresas*. Madrid, Pirámide.

Wallraff, Gunter. (1979): *El periodista indeseable*. Barcelona, Anagrama.

Weber, Max (1983): *El trabajo intelectual como profesión*. Barcelona, Bruguera.

Wicker, Tom. (1981): *Sobre la prensa: vida de un periodista estrella y sus reflexiones sobre el periodismo*. México, Guernica.

11.2. Noticias, entrevistas y artículos de opinión publicados en prensa

Diario ABC (2007): “La Comunidad cierra de manera cautelar la guardería denunciada” Publicado el 2-3-2007. Pág. 56, sección Madrid.

—. (2007): “Un juez prohíbe la repetición de Diario de... maltrato en la guardería”. Publicado el 6-3-2007. Pág. 97, sección televisión/Radio.

Amela, Víctor. (2005): “Mercedes Milá y los secretos del tabaco”. Publicado en *La Vanguardia* el 6-5-2005. Pág. 8.

Boyero, Carlos. (2006) “Las razones de los monstruos”. Publicado en *El Mundo* el 3-2-2006. Pág. 69, sección comunicación.

De la Mirándola. (2005): “El ojo digital”. Publicado en *La Razón* el 5-5-2005. Pág. 84, sección televisión.

El Hoy (2004): “La CNA estudia iniciar acciones legales contra un programa de Telecinco emitido el martes”. Publicado el 5-12-04, pág. 3, sección Extremadura.

El Levante (2005): “La fiscalía del menor aprecia negligencia en el alcalde de Mislata por el combate de Vale-Tudo”. Publicado el 23-04-05. Pág. 20, sección Tribunales.

El Mundo (2005): “Este reportaje responde a esa línea que venimos manteniendo de romper periódicamente la continuidad de la programación con algo excepcional”. Publicado el 31-5-2005. Pág. 53, sección Comunicación.

—. (2007) “Educación cierra la guardería”. Publicado el 2-3-2007. Pág. 3, sección M2.

—. (2007): “La inspección planta cara al consejero” Publicado el 7-3-2007. Pág. 2, sección M2.

El País (2007): “La Comunidad cierra la guardería donde se grabaron malos tratos” Publicado el 2-3-2007. Pág. 43, sección Madrid.

—. (2007): “Los inspectores dicen que se les alertó tarde del maltrato en la guardería”. Publicado el 7-3-2007. Pág. 28, sección Madrid.

Esparza, José Javier. (2007): “Miedo”. Publicado por el *Diario Sur* de Málaga el 6-7-2007. Pág. 83, sección televisión.

Fernández, Miguel Anxo. (2005): “No ‘vale-tudo’...”. Publicado por *La Voz de Galicia* el 2-2-2005. Pág. 61, sección Televisión.

García, Cecilia. (2005): “Alarma nada gratuita”. Publicado por *La Razón* el 14-7-2005. Pág. 84, sección Televisión.

Las Provincias (2005): “Barberá prohíbe los combates de Vale-Tudo en Valencia y anima a los vecinos a denunciarlos”. Publicado el 26-02-05. Pág. 23 sección noticias Comunidad Valenciana.

La Vanguardia (2004): “Críticas a la banalización de los informativos”. Publicado el 28-1-2004, pág. 10 del cuadernillo *Vivir*.

Losa, José Luis. (2005): “Vale tudo”. Publicado en *El Correo Gallego* el 2-2-2005. Pág. 70, sección Radio/Televisión.

Monegal, Ferrán. (2005): “Vale tudo”. Publicado en *El Periódico de Cataluña* el 4-2-2005. Pág. 92, sección Tele+Radio.

—. (2005): “Los ojos del anestesista”. Publicado en *El Periódico de Cataluña* el 22-9-2005. Pág. 96, sección Tele+Radio.

—. (2007): “Papilla podrida en Madrid”. Publicado en *El Periódico de Cataluña* el 6-3-2007. Pág. 79, sección programación tv.

—. (2008): “Superagente Merceditas”. Publicado en *El Periódico de Cataluña* el 28-3-2008. Pág. 87, sección programación tv.

—. (2009): “Entre la denuncia y las bragas”. Publicado en *El Periódico de Cataluña* el 10-7-2009. Pág. 67, sección Tele+Radio.

Morales, Marcos. (2005): “Efectismo y mamporros”. Publicado en *La Razón* el 2-2-2005. Pág. 84, sección Televisión.

Palomar, Ramón. (2005): “Vale-tudo”. Publicado en *Las Provincias* el 6-02-2005. Pág. 70, sección Televisión.

11.3. Recursos *online*

11.3.1. Artículos publicados en revistas especializadas, trabajos de investigación y ponencias en congresos disponibles en internet

Andueza, Belén. (2010): “La redistribución de audiencias en la TDT”. Págs. 99-105 en *Cuadernos de periodistas* N° 21. Madrid. APM. Disponible en:
<http://www.apmadrid.es/images/stories/Publicaciones/Cuadernos21.pdf>
(Consultado el 16-1-2015)

Benaissa, Saima. (2014): “Nuevos efectos de las estructuras narrativas en la comprensión y retención de información televisiva” Págs. 1-20 en *Revista de Comunicación*, Vol. 1, N° 12. Universidad de Sevilla. Disponible en:
http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n12/Articulos/A1_Benaissa_Nuevos-efectos-de-las-estructuras-narrativas.pdf
(Consultado el 12-10-2014)

Caminos, José María. (1997): “Periodismo de filtración, periodismo de investigación” en *ZER: Revista de estudios de comunicación*. Vol. N°2. Bilbao, Universidad del País Vasco. Disponible en: <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer02-09-caminos.pdf>
(Consultado el 12-2-2015)

Casals, María Jesús. (2001): “La narrativa periodística o la retórica de la realidad construida”. Págs. 195-219 en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* N°7. Madrid, Universidad Complutense. Disponible en:
<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0101110195A>
(Consultado el 11-12-2014)

Cebrián, Bernardino y Carretero, Rebeca. (2014): “Análisis de medio siglo de los premios Pulitzer de investigación (1964-2013)” Págs. 1003-1012 en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* Vol. 20, N° 2. Madrid. Universidad Complutense. Disponible:
<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/47046/44117>
(Consultado el 17-11-2014)

Chaparro, María Ángeles. (2013): “La evolución del periodismo de precisión: el blog de The Guardian sobre periodismo de datos” en I Congreso internacional de comunicación y sociedad digital. Universidad Internacional de La Rioja. Disponible:
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4247831>
(Consultado el 18-10-2014)

Diezhandino, María Pilar. (2005): “España: periodistas y medios de comunicación en el escenario del siglo XXI. Que la esperanza sea lo último que se pierda”. Págs. 54-65 en *Nuevos escenarios del periodismo. Revista Telos*. N° 63, segunda época. Madrid, Fundación Telefónica. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1263261>
(Consultado el 12-19-2014)

Elías, Carlos. (2011): “¿WikiLeaks es periodismo ciudadano? De la ética hacker del Cablegate a la estética emo de Assange como icono global”. Págs. 1-12 en Actas III Congreso Internacional Latina de Comunicación. Tenerife, Universidad de La Laguna. Disponible en:
http://www.ull.es/publicaciones/latina/11SLCS/actas_2011_IILC/222_Elias.pdf
(Consultado el 2-2-2014)

Flores, Jesús y Cebrián, Mariano. (2012): “El data journalism en la construcción de mashups para medios digitales”. Págs. 215-230 en Sabés, F. y Verón, J.J. (coord.): *El periodismo digital analizado desde la investigación procedente del ámbito académico*. XIII Congreso de Periodismo Digital, Huesca. Disponible en:
<<http://decimotercero.congresoperiodismo.com/pdf/Libroelectronico2012.pdf>>
(Consultado el 4-4-2015)

—, y Salinas, Cecilia. (2012): “Sinergias en la construcción del Nuevo Periodismo derivadas del Data Journalism y el Transmedia Journalism” En III Congreso Internacional Comunicación 3.0. Salamanca. Disponible en:
http://www.2ip.es/wpcontent/uploads/2013/01/sinergias_construccion_nuevoperiodismo.pdf
(Consultado el 4-4-2015)

—, —. (2013): “El periodismo de datos como especialización de las organizaciones de noticias en Internet”. Págs. 15-34 en *Correspondencias & Análisis*, Nº 3, Madrid, Universidad Complutense. Disponible en:
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4739290> (Consultado el 4-4-2015)

Fuster, María. (2011): *Recursos narrativos en la postproducción de reportajes televisivos. El equilibrio entre la creatividad y la credibilidad*. Tesina. Universidad Politécnica de Valencia. Disponible en:<http://hdl.handle.net/10251/14093> (Consultado el 11-12-2014)

Galán-Gamero, Javier. (2014): “Cuando el ‘cuarto poder’ se constituye en cuarto poder: propuestas”. Págs. 150-185 en *Palabra Clave* Vol. 17, Nº1. Bogotá (Colombia), Universidad de La Sabana. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64930044007>
(Consultado el 3-5-2015)

Galindo, Fermín. (2004): “Propuesta de periodización histórica y evolución conceptual del periodismo de precisión” Págs. 97-112 en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* Vol. 10. Madrid. Universidad Complutense. Disponible en:
<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0404110097A/12572>
(Consultado el 3-9-2014)

García Avilés, José Alberto. (2007): “El infoentretenimiento en los informativos líderes de audiencia en la Unión Europea”. Págs. 47-63. en *Globalización y pluralismo: la función de la televisión pública en el mercado audiovisual europeo financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia*. Revista *Anàlisi* 35, Universidad Miguel Hernández. Disponible en:
<http://www.raco.cat/index.php/Analisi/article/download/74254/94423>
(Consultado el 23-2-2015)

García Tojar, Luis (2010): "11-M: El triunfo del neopopulismo". Estudio/Working Paper 2010/2 *Revista On Line* del Grupo de Trabajo "Walter Lippmann". Madrid, Universidad Complutense. Disponible en:

[https://www.ucm.es/data/cont/docs/471-2013-10-08-11-](https://www.ucm.es/data/cont/docs/471-2013-10-08-11-M,%20el%20triunfo%20del%20neopopulismo.pdf)

[M,%20el%20triunfo%20del%20neopopulismo.pdf](https://www.ucm.es/data/cont/docs/471-2013-10-08-11-M,%20el%20triunfo%20del%20neopopulismo.pdf)> (Consultado el 24-10-2014)

Gértudrix, Manuel y Álvarez, Sergio. (2010): "Antecedentes y fundamentos epistemológicos del periodismo de precisión" Págs. 228-250 en Elías Said. (ed.): *Diálogos y desafíos euro-norteamericanos. Barranquilla* (Colombia), Universidad del Norte. Disponible en:

<http://eulacfoundation.org/sites/eulacfoundation.org/files/pdf/Dialogos%20y%20desafios%20euro-latinoamericanos.pdf> (Consultado el 2-11-2014)

González Oñate, Cristina. (2007): "Cuatro: un caso de estudio de la eficacia en la creación de una marca televisiva". XII Jornades per al Foment de la Investigació. Castelló de la Plana. Disponible en: <http://www.uji.es/bin/publ/edicions/jfi12/28.pdf> (Consultado el 23-7-2015)

Gordillo, Inmaculada. (2008): "La fragmentación en el discurso audiovisual.

El caso de Sin City (Robert Rodríguez y Frank Miller, EE. UU., 2005)" Págs. 154-161 en *Revista Frame* N°3. Universidad de Sevilla. Disponible en:

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2669352> (Consultado el 15-11-2014)

—, y otros. (2011): "Hibridaciones de la hipertelevisión: información y entretenimiento en los modelos de infoentertainment". Págs. 93-106 en *Revista de Comunicación*, Vol. 1, N° 9. Universidad de Sevilla. Disponible en:

<http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n9/monografico/M07.->

[Hibridaciones_de_la_hiptelevisi3n_informaci3n_y_entretenimiento_en_los_modelos_de_infoentertainment.pdf](http://www.revistacomunicacion.org/pdf/n9/monografico/M07.-)> (Consultado el 12-3-2014)

Gracia, Fernando. (2007): "José Martí Sancho, pionero de la investigación periodística en España" Págs. 24-25 en *Boletín Asoc. Prensa de Madrid* N° 70. Madrid, APM. Disponible en:

<http://www.apmadrid.es/images/stories/doc/vapm20100428095536.pdf>

(Consultado el 11-9-2014)

Hunter, Mark Lee y Hanson, Nils. (2013): "¿Qué es el periodismo de investigación?" Págs. 8-10 en Mark Lee Hunter. (coord.): *La investigación a partir de historias: Manual para periodistas de investigación*. París, Unesco. Disponible en:

<http://unesdoc.unesco.org/images/0022/002264/226457S.pdf> (Consultado el 2-2-2014)

Igartua, José Luis y Humanes, María Luisa. (2004): "El método científico aplicado a la investigación en comunicación social". *Portal de la Comunicación del INCOM. Aula abierta*

Disponible en: <http://www.portalcomunicacio.es/download/6.pdf> (Consultado el 17-6-2015)

Lovink, Geert y Riemens, Patrice. (2011): "Doce tesis sobre WikiLeaks" Págs. 139-147 en *Revista Cuadernos de información y comunicación*. Vol. 16. Madrid, Universidad Complutense. Disponible en:

<http://revistas.ucm.es/index.php/CIYC/article/viewFile/36992/35801>

(Consultado el 21-4-2015)

Martínez Albertos, José Luis. (1994): "La tesis del perro-guardián: revisión de una teoría clásica" Págs. 14-25 en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico* Nº 1. Madrid, Universidad Complutense. Disponible en:
<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP9494110013A>
(Consultado el 3-11-2014)

Marugán, Begoña. (2013): "Tratamiento mediático de los niños robados del franquismo". XI Congreso español de sociología: crisis y cambio. Propuestas desde la sociología. Madrid, Federación Española de Sociología. Disponible en:
<http://e-archivo.uc3m.es/handle/10016/18934> (Consultado el 13-10-2014)

Mas, Lluís. (2011): "Estructura del Discurso Televisivo: Hacia una Teoría de los Géneros". Págs. 77-90 en *Cuadernos de información* Nº 29. Chile, Pontificia Universidad Católica. Disponible en: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/revista?codigo=11259>
(Consultado el 26-11-2014)

Merayo, Arturo. (2005): "Valores profesionales y sentido de la profesión periodística Una investigación sobre la función social de los periodistas de Salamanca". Págs. 467-488 en *Información para la paz. Autocrítica de los medios y responsabilidad del público*. Valencia, fundación COSO. Disponible en: <http://eprints.ucm.es/6130/1/definitivo3.pdf>
(Consultado el 20-10-2014)

Moreno, Pastora (2012): "El reportaje televisivo y sus interpretaciones de la realidad". Págs. 823-832 en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 18, Nº 2. Madrid, Universidad Complutense. Disponible en:
<http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/41048/39295>
(Consultado el 1-3-2015)

Navarro, Vicente. (2014): "La utilización de cámaras ocultas por los periodistas: una aproximación a la situación en España". Págs. 99-119 en *Revista Dilemata*. Año 6 Nº 14. Disponible en: <http://www.dilemata.net/revista/index.php/dilemata/article/view/266>
(Consultado el 27-1-2015)

Pellicer, Manuel. (2009): "Transformaciones en la producción, programación y recepción del reportaje televisivo" Págs. 174-183 en Casero, Marzal y Tarín (eds.): *Tendencias del periodismo audiovisual en la era del espectáculo*. Castellón, Universitat Jaume I. Disponible en: <http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/34040/Pellisser%20i%20Rossell,%20Nel.lo.pdf?sequence=1> (Consultado el 13-1-2015)

Reyes, Tomás. (1998): *Métodos cualitativos de investigación: Los grupos focales y el estudio de caso*. Centro de Investigaciones Comerciales e Iniciativas Académicas de la Facultad de Administración de Empresas. Fórum Empresarial. Vol.4 Num.2. Universidad de Puerto Rico. Disponible en: <http://forum-empresarial.uprrp.edu/volumenes/4-2/4.pdf>
(Consultado el 12-9-2015)

Rodríguez, Eduardo F. (2012): “El Periodismo de Investigación impreso en España (2005-2012): periodistas de investigación, sus trabajos y características principales”. Págs. 259-286 en *Textual & Visual Media* 5. Madrid, SEP. Disponible en: <http://www.textualvisualmedia.com/images/revistas/05/articulos/El%20Periodismo%20de%20Investigacin%20impreso%20en%20Espaa.pdf>. (Consultado el 12-12-2014)

Salvat, Guiomar y Paniagua, Pedro. (2007): “¿Es esto periodismo, ciudadano?”. Págs. 227–246 en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 13. Madrid, Universidad Complutense. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0707110227A/12108> (Consultado el 27-10-2014)

Sortino, Carlos. (1999): “El periodismo de investigación a juicio: los imperdonables” en *Sala de Prensa*. Año II, Vol. 2. Disponible en: <http://www.saladeprensa.org/art74.htm> (Consultado el 13-9-2014)

Tejedor, Laura y Dader, José Luis. (2011): “El patrimonio del César ante el Perro Guardián: un análisis de Periodismo de Precisión sobre la transparencia económica de los miembros del Gobierno en España”. Págs. 431-455 en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 17 Nº 2. Madrid, Universidad Complutense. Disponible en: <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/38124/36876> (Consultado el 17-5-2015)

Tijeras, Ramón. (2011): “WikiLeaks, el periodismo tradicional y las nuevas plataformas de información” *Comunicación 21*. Nº 1. Disponible en: <http://www.comunicacion21.com/de-WikiLeaks-a-openleaks-la-crisis-de-los-medios-y-las-nuevas-plataformas-de-informacion/> (Consultado el 16-4-2015)

11.3.2. Noticias publicadas en prensa disponibles en internet

www.abc.es (1965): “El periodista Don José Martí Sancho” Publicado en *ABC* el 9-7-1965. Disponible: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1965/07/09/052.html> (Consultado el 15-10-2014)

—. (1985) “La violencia, el grapo y Carrillo”. Publicado en *ABC* el 31-1-1985. Disponible en: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1985/01/31/094.html> (Consultado el 24-4-2015)

—. (1996): “Irresistibles”. Publicado por *ABC* 19-2-1996. Disponible: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1996/02/19/124.html> (Consultado el 11-1-2015)

—. (1996): “ABC, *El Mundo* y *La COPE*, entre los causantes destacados de la derrota de González”. Publicado por ABC el 20-3-1996. Disponible en: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1996/03/20/005.html> (Consultado el 15-10-2014)

—. (1998): “Antena 3 da un lugar fijo a sus reportajes de investigación.” Publicado por ABC el 2-8-1998. Disponible en: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1998/02/08/156.html> (Consultado el 12-1-2015)

—. (2005): “Un juez de Barcelona limita el uso de las cámaras ocultas en reportajes periodísticos. Publicado en ABC el 13-1-2005. Disponible en: http://www.abc.es/hemeroteca/historico-13-01-2005/abc/Ultima/un-juez-de-barcelona-limita-el-uso-de-camaras-ocultas-en-reportajes-periodisticos_9631439965097.html# (Consultado el 23-10-2014)

—. (2008): “Cuatro cuenta con el programa más valorado de la televisión, y los *realities*, las series extranjeras y el programa de humor más aplaudidos por la audiencia”. Publicado en ABC el 30-9-2008. Disponible en: <http://hoycinema.abc.es/noticias-cine/20080930/cuatro-cuenta-programa-valorado-73466.html> (Consultado el 5-2-2015)

—. (2009): “Prisión sin fianza para el falso médico de Ferrol”. Publicado el 13-7-2009. Disponible en: <http://www.abc.es/videos-nacional/20090713/prision-fianza-para-falso-475264410001.html> (Consultado el 23-5-2015)

—. (2012): “El Constitucional declara ‘ilegítimo’ el uso de las cámaras ocultas por periodistas”. Publicado en ABC el 7-2-2012. Disponible en: <http://www.abc.es/20120206/medios-redes/abci-constitucional-declara-ilegitimo-camaras-201202061430.html> (Consultado el 23-10-2014)

—. (2014): “Mediaset despide al equipo de *La Redacción de Diario de...* antes de su primera emisión”. Publicado en ABC el 19-7-2014. Disponible: <http://laguiatv.abc.es/noticias/20140719/abci-telecinco-cancela-diariode-201407191616.html> (Consultado el 22-9-2014)

www.diariovasco.com (2006): “Las diócesis de San Sebastián, Bilbao y Vitoria critican un reportaje de Antena 3 TV”. Publicado en el *Diario Vasco* el 20-11-2006. Disponible en: http://www.diariovasco.com/20061120/politica/diocesis-sebastian-bilbao-vitoria_200611201810.html (Consultado el 23-3-2015)

www.elmundo.es (2001): “El crimen más oculto de ETA”. Publicado en *El Mundo*, el 17-6-2001. Disponible en: <http://www.elmundo.es/cronica/2001/CR296/CR296-04.html> (Consultado el 3-5-2015)

—. “Teresa Viejo puja con fuerza en Canal 9”. Publicado en *El Mundo* el 15-10-2007. Disponible en: <http://www.elmundo.es/elmundo/2007/10/15/television/1192460030.html> (Consultado el 14-9-2014)

www.elpais.com (1985): “El programa sobre los GRAPO se emite 9 meses después de su realización”. Publicado por *El País* el 29-1-1985. Disponible en:
http://elpais.com/diario/1985/01/29/radiotv/475801203_850215.html
(Consultado el 24-4-2015)

—. (1996): “Casi 500 parejas españolas han pedido en tres meses adoptar niños chinos”. Publicado en *El País* el 15-1-1996. Disponible en:
http://elpais.com/diario/1996/01/15/sociedad/821660426_850215.html
(Consultado el 21-9-2014)

—. (1998): “Los profesionales reivindican más apoyo para los programas informativos y de investigación”. Publicado en *El País* el 11-8-1998. Disponible en:
http://elpais.com/diario/1998/08/11/radiotv/902786405_850215.html (1998)
(Consultado el 23-2-2004)

—. (2002): “Abuso de poder”. Publicado en *El País* el 10-12-2002. Disponible
http://elpais.com/diario/2002/10/12/opinion/1034373606_850215.html
(Consultado el 25-5-2015)

—. (2004): “Un juez condena a El Mundo TV por utilizar la cámara oculta en un reportaje”. Publicado en *El País* el 14-12-2004. Disponible en:
http://elpais.com/diario/2004/12/14/sociedad/1102978812_850215.html
(Consultado el 23-10-2014)

—. (2005): “Socialistas y EU (Esquerra Unida) exigen la dimisión del alcalde del PP de Mislata (Valencia) por asistir a una pelea montada por ultras”. Publicado el 2-2-05. Disponible en:
http://elpais.com/diario/2005/02/02/cvalenciana/1107375484_850215.html
(Consultado el 7-2-2005)

—. (2006): “Cuatro incrementa su audiencia un 36,7% en el primer año de vida” Publicado por *El País* el 7-11-2006. Disponible en:
http://elpais.com/diario/2006/11/07/radiotv/1162854001_850215.html
(Consultado el 16-12-2014)

—. (2010): “La mayor filtración de la historia deja al descubierto los secretos de la política exterior de EE. UU”. Publicado en *El País* el 28-11-2010. Disponible en:
http://internacional.elpais.com/internacional/2010/11/28/actualidad/1290898825_850215.html
(Consultado el 18-1-2015)

—. (2010): “La verdad sobre el Cablegate”. Publicado por *El País* el 4-12-2010. Disponible en:
http://internacional.elpais.com/internacional/2010/12/04/actualidad/1291417217_850215.html
(Consultado el 18-1-2015)

—. (2011): “Wikileaks anuncia la publicación de todos sus cables diplomáticos sin proteger a sus fuentes”. Publicado en *El País* 2-9-2011. Disponible en:
http://internacional.elpais.com/internacional/2011/09/02/actualidad/1314914403_850215.html
(Consultado el 18-1-2015)

—. (2012): “El Constitucional declara ‘ilegítimo’ el uso de cámara oculta”. Publicado en *El País* el 6-2-2012. Disponible en:
http://sociedad.elpais.com/sociedad/2012/02/06/actualidad/1328535847_093486.html
(Consultado el 23-10-2014)

—. (2013): “The New York Times celebra la labor de investigación de Jordi Évole”. Publicado por *El País* el 1-07-2013. Disponible en:
http://cultura.elpais.com/cultura/2013/07/01/television/1372679432_601243.html
(Consultado el 17-4-2015)

—. (2014): “Diez años de bulos desmontados”. Publicado por *El País* el 7-3-2014. Disponible http://politica.elpais.com/politica/2014/03/07/actualidad/1394192842_322902.html
(Consultado el 15-9-2014)

www.elperiodico.com (2015): “Jordi Évole el presentador más valorado de España”. Publicado por *El Periódico de Cataluña* el 21-9-2015. Disponible en:
<http://www.elperiodico.com/es/noticias/tele/jordi-evole-presentador-mas-valorado-espana-4526658> (Consultado el 22-9-2015)

www.elperiodicoextremadura.com (2004): “Almaraz y su zona, indignadas con un programa de Telecinco”. Publicado el 02-12-04. Disponible en:
http://www.elperiodicoextremadura.com/noticias/temadeldia/almaraz-zona-indignadas-programa-telecinco_144369.html (Consultado el 23-10-2014)

www.farodevigo.es (2009): “Prisión sin fianza para Coté por reincidir”. Publicado el 13-7-2009. Disponible en: <http://www.farodevigo.es/sucesos/2009/07/13/prision-fianza-cote-reincidir/348181.html> (Consultado el 23-5-2015)

www.gara.eus (2006): “En el nombre del padre...”. Publicado en el *Diario Gara* el 22-11-2006. Disponible en: <http://gara.naiz.eus/idatzia/20061122/art190053.php>
(Consultado el 23-3-2015)

www.huelvainformacion.es (2007): “TVE anuncia que emitirá el reportaje sobre el campo de Gibraltar cuando esté completo”. Publicado en *Huelva información* el 7-5-2010. Disponible:
<http://www.huelvainformacion.es/article/television/695471/tve/anuncia/emitira/reportaje/sobre/campo/gibraltar/cuando/este/quotcompletoquot.html> (Consultado el 2-10-2014)

www.lavanguardia.com (1993): “La máquina de la verdad”. Publicado en *La Vanguardia* el 9-2-1993. Disponible en: <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/1993/02/09/pagina-41/33720316/pdf.html> (Consultado el 8-9-2014)

www.levante-emv.com (2009): “El cabecilla de los falsos médicos de Vinaròs tiene 100 denuncias pendientes” Publicado el 5-7-2009. Disponible en:
<http://www.levante-emv.com/comarcas/2009/07/05/cabecilla-falsos-medicos-vinaros-100-denuncias-pendientes/608535.html> (Consultado el 24-5-2015)

www.20minutos.es (2011): “Destituido el jefe de policía de Valdemorillo tras aparecer en reportaje de investigación” Publicado el 29-11-2011. Disponible en:
<http://www.20minutos.es/noticia/1236090/0/destituido/jefe-policia/valdemorillo/>
(Consultado el 22-1-2015)

11.3.3. Extractos de entrevistas publicadas en prensa consultadas en internet

Assange, Julian. (2010): “Cita secreta con el hombre que hace temblar al Pentágono”. Publicado en *El País* el 24-10-2010. Disponible en:
http://elpais.com/diario/2010/10/24/domingo/1287892353_850215.html
(Consultado el 19-1-2015)

Bautista, Jesús María (2005): Entrevista concedida al CEA (centro de estudios audiovisuales). Publicada el 3-1-2005. No está en línea.

Carrasco, Pablo. (2006): “TVE-1 estrena para la madrugada *Hora cero*, elaborado con material de *Gente y Por la mañana*”. Publicado por *El País* el 19-9-2006. Disponible en:
http://elpais.com/diario/2006/09/19/radiotv/1158616802_850215.html
(Consultado el 12-9-2014)

Erquicia, Pedro. (1998): “25 años en la trinchera de la información”. Publicado en *El País* el 28-3-1998. Disponible en:
http://elpais.com/diario/1998/03/28/radiotv/891039606_850215.html
(Consultado el 2-3-2014)

—. (2003): “La televisión ha degenerado en una fábrica de hacer churros”. Publicado en *El Mundo* el 16-3-2003. Disponible en:
<http://www.elmundo.es/magazine/2003/181/1047663265.html>
(Consultado el 4-11-2014)

Estévez, Carlos. (1998): “Los profesionales reivindican más apoyo para los programas informativos y de investigación”. Publicado en *El País* el 11-8-1998. Disponible en: http://elpais.com/diario/1998/08/11/radiotv/902786405_850215.html
(Consultado el 5-3-2015)

Évole, Jordi. (2014): “Es necesario sorprender, seguir arriesgando y experimentando”. Publicado en *La Vanguardia* el 17-10-2014. Disponible en:
<http://www.lavanguardia.com/television/20141017/54417206908/jordi-evole-necesario-sorprender-seguir-arriesgando-experimentando.html>
(Consultado el 4-5-2015)

Magro, Baltasar. (1987): “Desaparece el programa de investigación de Televisión Española *Teleobjetivo*”. Publicado en *El País* el 16-9-1987. Disponible en:
http://elpais.com/diario/1987/09/16/radiotv/558741604_850215.html
(Consultado el 25-4-2015)

Milá, Mercedes. (2004): "Mercedes Milá retrata en Tele 5 el drama de las mujeres acosadas". Publicado en *El País* el 29-4-2004. Disponible en: http://elpais.com/diario/2004/04/29/radiotv/1083189601_850215.html (Consultado el 17-9-2014)

Sistiaga, Jon. (2012): "Los grandes periodistas están prejubilados o son parte de un ERE". Publicado en *jotdown.es* el 19-9-12. Disponible en: <http://www.jotdown.es/2012/09/jon-sistiaga-los-grandes-periodistas-que-se-dedicaban-a-hacer-investigacion-estan-prejubilados-o-son-parte-de-un-ere/> (Consultado el 23-11-2014)

—. (2014): "Quiero pensar que mis reportajes serán pruebas contra la impunidad". Publicado en *El Faro de Vigo* el 22-12-2014. Disponible en: <http://www.farodevigo.es/sociedad-cultura/2014/12/22/jon-sistiaga-quiero-pensar-reportajes/1154441.html> (Consultado el 24-12-2014)

Steiger, Paul. (2010): "El periodismo de investigación es tan necesario como la cultura". Publicado en *El País* el 19-12-2010. Disponible en: http://elpais.com/diario/2010/12/19/domingo/1292730390_850215.html (Consultado el 21-1-2015)

Vasile, Paolo. (2004): "Hacemos televisión para vender publicidad". Publicado en *www.vertele.com* el 18-1-2004. Disponible en: <http://www.vertele.com/noticias/paolo-vasile-no-se-pueden-hacer-debates-electorales-en-tve-porque-urdaci-ha-sido-condenado/> (Consultado el 23-6-2015)

Vilalta, Jaume (1999): "*Línea 900* repite hoy para toda España el informe sobre la venta de niños rumanos". Publicado en *El País* el 9-10-1991. Disponible en: http://elpais.com/diario/1991/10/09/radiotv/686962804_850215.html (Consultado el 7-10-2014)

Wallraff, Gunter. (2008): "Los problemas éticos los tienen siempre los que me critican". Publicado en *El Mundo* el 3-12-2008. Disponible en: http://www.arcadiespada.es/wp-content/uploads/2008/12/2557512_impresora.html (Consultado el 7-4-2014)

11.3.4. Noticias, críticas y artículos firmados accesibles en internet

Álvarez, Jesús. (1992): "Mafia en la construcción: grupos de piquetes controlan el mercado de trabajo y crean una red ilegal de tráfico de parados". Publicado en *ABC* (Andalucía) el 9-2-1992. Disponible en:

<http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/sevilla/abc.sevilla/1992/02/09/043.html> (Consultado el 23-9-2014)

Amela, Víctor. (2011): "Contra la dieta estrella". Publicado en *La Vanguardia* el 8-7-2011. Disponible en: <http://victoramela.com/2011/07/critica-de-tv-contra-la-dieta-estrella/> (Consultado el 25-5-2015)

—. (2012): "Peligrosísimo periodista". Publicado en *La Vanguardia* el 3-2-2012. Disponible en: <http://victoramela.com/2012/03/critica-de-tv-peligrosismo-periodista-lo-que-hace-jordi-evole-es-sorprendente-de-verdad/> (Consultado el 4-5-2015)

Apostua, Luis. (1994): "Se rompen los lacres". Publicado en *ABC* el 21-11-1994. Disponible en: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/1994/11/21/140.html> (Consultado el 11-1-2015)

Baguet Herms, José María. (1986): "La mafia ya está aquí". Publicado en *La Vanguardia* el 17-5-1986. Disponible en: <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/1986/05/17/pagina-56/32876834/pdf.html> (Consultado el 25-4-2015)

Boyero, Carlos. (2007): "Horror cotidiano". Publicado en *El País* el 12-12-2007. Disponible en: http://elpais.com/diario/2007/12/12/radiotv/1197414007_850215.html (Consultado el 23-11-2014)

Bustamante, Enrique. (1997): "La crisis terminal de RTVE". Publicado en *El País* el 17-10-1997. Disponible en: http://elpais.com/diario/1997/10/17/sociedad/877039212_850215.html (Consultado el 10-9-2015)

Calpena, Enric. (1993): "Miedo y emoción de los primeros días". Publicado en *La Vanguardia* el 5-9-1993. Disponible en: <http://hemeroteca.lavanguardia.com/preview/1993/09/05/pagina-3/34727971/pdf.html> (Consultado el 8-7-2014)

Cebrián, Juan Luis (2002): "El oficio de periodista". Publicado en *El País* el 17-6-2002. Disponible en: http://elpais.com/diario/2002/06/17/opinion/1024264807_850215.html (Consultado el 15-9-2014)

De La Casa, Manuel. (2002): "Olé tus vídeos de investigación". Publicado en *ABC* el 20-3-2002. Disponible en: <http://hemeroteca.abc.es/nav/Navigate.exe/hemeroteca/madrid/abc/2002/03/20/099.html> (Consultado el 21-2-2015)

Duva, Jesús. (2008): "La llamada de la sangre". Publicado por *El País* el 30-11-2008. Disponible en: http://elpais.com/diario/2008/11/30/domingo/1228020753_850215.html (Consultado el 4-2-2015)

—. (2009): "La 'fábrica' de bebés". Publicado por *El País* el 21-2-2009. Disponible en: http://sociedad.elpais.com/sociedad/2009/02/21/actualidad/1235170802_850215.html (Consultado el 4-2-2015)

Écija, Álvaro. (2009) "Cámara oculta al servicio de la verdad". Publicado en *El Mundo* el 27-2-2009. Disponible en: <http://www.elmundo.es/opinion/tribuna-libre/2009/02/2603702.html> (Consultado el 9-5-2014)

Esparza, José Javier. (2006) "Diario de...". Publicado por el *Diario Sur* de Málaga el 3-2-2006. Pág. 101, sección Televisión. Disponible en: <http://www.diariosur.es/pg060203/prensa/noticias/Gente/200602/03/SUR-GEN-264.html> (Consultado el 3-3-2015)

—. (2006): "Siniestro". Publicado en el *Diario Vasco* el 8-4-2006. Disponible en: http://www.diariovasco.com/pg060408/prensa/noticias/Televisión_y_Radio/200604/08/DVA-TEL-367.html (Consultado el 2-3-2015)

Harguindey, Ángel. (2014): "La voz que rompió el silencio". Publicado en *El País* el 26-8-2014. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2014/08/26/gente/1409076414_244610.html (Consultado el 1-4-2015)

Hermida, Patricia. (2009): "Las mil mentiras de Coté". Publicado en *El Correo Gallego* el 13-7-2009. Disponible en: <http://www.elcorreogallego.es/galicia/ecg/mil-mentiras-cote/idEdicion-2009-07-13/idNoticia-447705/> (Consultado el 23-5-2015)

Irujo, José María. (1998): "Bajo el paraguas español". Publicado en *El País* el 8-2-1998. Disponible en: http://elpais.com/diario/1998/02/08/radiotv/886892402_850215.html (Consultado el 13-3-2015)

Lillo, Jesús. (2006): "Sin condiciones". Publicado por el *ABC* el 4-2-2006. Pág. 112, sección Televisión y Radio. Disponible en: <http://www.abc.es/historico-opinion/index.asp?ff=20060204&idn=1314227890346> (Consultado el 2-1-2015)

Monegal, Ferrán. (2010): "Progresamos chupando sangre". Publicado en *El Periódico de Cataluña* el 31-10-2010. Disponible en: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/tele/20101031/progresamos-chupando-sangre/567639.shtml> (Consultado el 22-12-2014)

—. (2011): "La bragueta de un psicólogo". Publicado en *El Periódico de Cataluña* el 6-7-2011. Disponible en: <http://www.elperiodico.com/es/noticias/tele/bragueta-psicologo-1067615> (Consultado el 21-3-2015)

—. (2014): “Merceditas ante Espe&Pablo”. Publicado en *El Periódico de Cataluña* el 21-7-2014. Disponible en:
<http://www.elperiodico.com/es/noticias/opinion/merceditas-ante-espepablo-3394270>
(Consultado el 21-12-2014)

Moreno, Javier (2010): “Lo que de verdad ocultan los Gobiernos”. Publicado en *El País* el 19-12-2010. Disponible en:
http://elpais.com/diario/2010/12/19/internacional/1292713203_850215.html
(Consultado el 18-1-2015)

Pámies, Sergi. (2005): “Cuarto oscuro”. Publicado en el diario *El País* el 17-7-2005. Pág. 60, sección Televisión/Radio. Disponible en:
http://elpais.com/diario/2005/07/17/radiotv/1121551202_850215.html
(Consultado el 12-4-2015)

Pérez de Albéniz, Javier. (2004): “Gran Hermana investiga”. Publicado en *El Mundo* el 1-12-2004. Disponible en:
<http://www.elmundo.es/elmundo/2004/12/01/descodificador/1101860864.html>
(Consultado el 12-4-2015)

Serna, Justo. (2014): “Juan Cotino”. Publicado en *El País* el 30-4-2013. Disponible en:
http://ccaa.elpais.com/ccaa/2013/04/30/valencia/1367340550_829356.html
(Consultado el 1-4-2015)

Tejedor, Laura. (2014): “Las CC. AA que publican bienes, actividades y sueldos de sus altos cargos (y las que no)”. Publicado en el *www.elconfidencial.com* el 18-12-2014. Disponible en:
http://www.elconfidencial.com/espana/2014-12-18/las-ccaa-que-publican-bienes-actividades-y-sueldos-de-sus-altos-cargos-y-las-que-no_593174/
(Consultado el 12-2-2015)

Vargas Llosa, Mario. (1999): “El gigante y los enanos”. Publicado en *El País* el 28-11-1999. Disponible en: http://elpais.com/diario/1999/11/28/opinion/943743605_850215.html
(Consultado el 17-2-2015)

—. (2013): “Periodismo y creación: Plano americano”. Publicado en *El País* el 16-5-2013. Disponible en: http://elpais.com/elpais/2013/05/16/opinion/1368714188_384998.html
(Consultado el 27-11-2014)

11.3.5. Noticias en páginas web o blogs disponibles en internet

www.antena3.com (2009): “A fondo: zona cero”. Disponible en:
http://www.antena3.com/noticias/cultura/antena-estrena-fondo-zona-cero_2009041400041.html
(consultado el 21-12-2014)

—. (2010): “La fábrica de bebés”. Disponible en:
http://www.antena3.com/noticias/cultura/amtena-emite-fabrica-bebes_2010110200056.html
(Consultado el 21-12-2014)

—. (2012): “El nacimiento de *Equipo de Investigación*”. Disponible en:
http://blogs.antena3.com/blog-equipo/nacimiento-equipo-investigacion_2012061300127.html
(Consultado el 21-10-2014)

—. (2012): “La ciudad del pecado: Eurovegas”. Disponible en:
http://www.antena3.com/programas/equipoinvestigacion/noticias/eurovegas_2012091200138.html (Consultado el 22-10-2014)

www.elconfidencial.com (2010): “El mismo Francino que se negó a entregar el Ondas a Jorge Javier le baila ahora el agua a Telecinco”. Publicado el 16-03-2010. Disponible en:
http://blogs.elconfidencial.com/espana/el-confidente/2010-03-16/el-mismo-francino-que-se-nego-a-entregar-el-ondas-a-jorge-javier-le-baila-ahora-el-agua-a-telecinco_441536/
(Consultado el 7-10-2014)

—. (2014): “Guía rápida para no perderse en los papeles de *LuxLeaks*”. Publicado el 14-12-2014. Disponible en: http://www.elconfidencial.com/empresas/2014-12-14/guia-rapida-para-no-perderse-en-los-papeles-de-luxleaks_590143/ (Consultado el 12-2-2015)

www.espanaenllamas.es (2013): “En sus propias palabras” –25 testimonios sobre los incendios y la gestión de los montes. Publicado el 21-7-2013. Disponible en:
<http://espanaenllamas.es/en-sus-propias-palabras-25-testimonios-sobre-incendios-prevencion-y-gestion-de-montes/> (Consultado el 12-2-2015)

www.europapress.es (2010): “Telecinco gana 48,4 millones de euros en 2009, un 77% menos” Publicado el 25-2-2010. Disponible en: <http://www.europapress.es/economia/noticia-economia-empresas-telecinco-gana-484-millones-euros-2009-77-menos-20100225091007.html>
(Consultado el 7-1-2015)

www.formulatv.com (2010): “Tildan de burdo montaje el reportaje ‘Baby sicarios’ de David Beriaín” Publicado el 29-4-2010. Disponible en:
<http://www.formulatv.com/noticias/14908/tildan-de-burdo-montaje-el-reportaje-baby-sicarios-de-david-beriaín/> (Consultado el 24-11-2014)

—. (2011): “Canal+ estrena el 16 de junio Jon Sistiaga, Reportajes Canal+”. Publicado el 17-11-2011. Disponible en: <http://www.formulatv.com/noticias/19993/canal-plus-estrena-16-junio-jon-sistiaga-reportajes-canal-plus/> (Consultado el 24-11-2014)

www.lainformación.com (2010): “Jon Sistiaga estrena mañana en cuatro el programa de reportajes *REC*”. Publicado el 22-4-2010. Disponible en: http://noticias.lainformacion.com/economia-negocios-y-finanzas/medios-de-difusion/jon-sistiaga-estrena-manana-en-cuatro-el-programa-de-reportajes-rec_OSjwTVpvCsvSnj0E4A5jY5/ (Consultado el 24-11-2014)

www.periodistadigital.com (2011): “Melchor Miralles vendió a Telecinco un reportaje en el que coló a un figurante como si fuera El Lobo”. Publicado el 27-2-2011. Disponible en: <http://www.periodistadigital.com/periodismo/tv/2011/02/27/melchor-miralles-vendio-telecinco-reportaje-figurante-lobo.shtml> (Consultado el 18-10-2014)

www.propublica.org (2015): Disponible en: <https://www.propublica.org/about/> (Consultado el 23-12-2014)

www.rtve.es (2006): “Hora cero”. Disponible en: <http://www.rtve.es/alacarta/videos/hora-cero/> (Consultado el 20-10-2015)

—. (2007) “El ojo público”. Disponible en: www.rtve.es/files/1013-1145-FICHERO/OjoPublicoDosierPDF.pdf? (Consultado el 20-10-2015)

www.telecinco.es (2008): “‘El Sheriff de Coslada’, repaso a la trayectoria de Ginés Jiménez”. Publicado el 13-6-2008. Disponible en: http://www.telecinco.es/informativos/sociedad/Sheriff-Coslada-trayectoria-Gines-Jimenez_0_660975005.html (Consultado el 16-1-2015)

—. (2009): “Telecinco alcanza en 2008 sus cinco años de liderazgo”. Publicado el 2-9-2009. Disponible en: http://www.telecinco.es/telemania/Telecinco-alcanza-anos-liderazgo_0_767550037.html (Consultado el 5-5-2014)

www.tracor.es (2015): “Master en reporterismo e investigación en televisión”. Disponible en: <http://www.tracor.es/master-en-reporterismo-e-investigacion-periodistica-para-televisión> (Consultado el 16-10-2014)

www.vertele.com (2002): “Telecinco inaugura infiltrados con el reportaje operación en el asfalto”. Publicado el 1-8-2002. Disponible en: <http://www.vertele.com/noticias/telecinco-inaugura-infiltrados-con-el-reportaje-operacion-en-el-asfalto/> (Consultado el 30-10-2014)

—. (2004): “Telecinco bate su récord histórico de facturación publicitaria”. Publicado el 7-10-2004. Disponible en: <http://www.vertele.com/noticias/tele-5-bate-su-record-historico-de-facturacion-publicitaria/> (Consultado el 23-11-2014)

—. (2005): “Los éxitos y fracasos del año”. Publicado el 28-12-2005. Disponible en: <http://www.vertele.com/noticias/los-exitos-y-fracasos-del-ano-2/> (Consultado el 13-3-2014)

—. (2005): “21 abogados piden que el anestesista Maeso deposite en el juzgado el dinero cobrado en *Diario de...*” Publicado el 18-10-2005. Disponible en: <http://www.vertele.com/noticias/21-abogados-piden-que-el-anestesista-maeso-deposite-en-el-juzgado-el-dinero-cobrado-en-diario-de/> (Consultado el 23-11-2014)

—. (2005): “Así nació cuatro hace 7 años: ‘bienvenidos, ya estamos aquí’”. Publicado el 7-11-12. Disponible en: <http://www.vertele.com/video-articulo/asi-nacio-cuatro-hace-7-anos-bienvenidos-ya-estamos-aqui/#None> (Consultado el 8-11-2014)

—. (2006): “TVE lanza su *Teleobjetivo* el 11 de abril”. Publicado el 1-4-2006. Disponible en: <http://www.vertele.com/noticias/tve-lanza-su-teleobjetivo-el-11-de-abril/> (Consultado el 15-10-2014)

—. (2009) “*Diario de...* denuncia el modelo sanitario en su 5º aniversario”. Publicado el 17-3-2009. Disponible en: <http://www.vertele.com/noticias/diario-de-denuncia-el-modelo-sanitario-en-su-5º-aniversario/> (Consultado el 4-2-2015)

—. (2010) “Polémica por la suspensión del ‘Repor: algo huele mal’ en TVE”. Publicado el 5-5-2010. Disponible en: <http://www.vertele.com/noticias/polemica-por-la-suspension-del-repor-algo-huele-mal-en-tve/> (Consultado el 6-3-2015)

—. (2014): “Mediaset cierra el *Diario de...* de Mercedes Milá tras diez años”. Publicado el 18-7-2014. Disponible en: <http://www.vertele.com/noticias/mediaset-cierra-el-diario-de-mercedes-mila-tras-10-anos/> (Consultado el 22-9-2014)

—. (2015): “Los programas y series con mejor target comercial de la temporada”. Publicado el 27-1-2015. Disponible en: <http://www.vertele.com/noticias/los-programas-y-series-con-mejor-target-comercial-de-la-temporada/> (Consultado el 9-9-2015)

www.wikipedia.org (2015): <https://es.wikipedia.org/wiki/Telecinco>. (Consultado el 14-4-2015)

11.3.6. Anuarios, informes o boletines accesibles en internet

aideka.com (2004): "Tratamiento informativo de los telediarios de la primera cadena de TVE". Disponible en:

<http://www.aideka.tv/images/stories/TI2004/INFORMETDAIDEKAweb.pdf>

(Consultado el 6-9-2015)

www.apmmadrid.es (2014): "Informe anual de la profesión periodística 2014". Disponible en:

<http://www.apmmadrid.es/noticias/generales/informe-de-la-profesion-periodistica-2014-se-detiene-la-destruccion-de-empleo-pero-aumenta-la-precariedad-laboral-y-profesional>

(Consultado el 12-1-2015)

Barlovento Comunicación. (2010): "Análisis televisivo 2010". Publicado en *www.periodistadigital.com* el 4-1-2011. Disponible en:

<http://www.periodistadigital.com/documentos/2011/01/04/ANALISIS%20TELEVISIVO%202010.pdf> (Consultado el 11-9-2014)

—. (2011): "Análisis televisivo 2011". Disponible en:

[http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/ANALISIS_TELEVISIVO_2011\[2\].pdf](http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/ANALISIS_TELEVISIVO_2011[2].pdf) (Consultado el 6-2-2015)

—. (2014): "Análisis televisivo 2014". Disponible en:

<http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/analisis-televisivo-2014-Barlovento.pdf> (Consultado el 17-2-2015)

BBC. (2007): *Directrices editoriales. Valores y criterios de la BBC*. Madrid, APM. Disponible en: http://www.bbc.co.uk/spanish/specials/150_valores/pdf/valores_bbc_todo.pdf

(Consultado el 7-10-2014)

Boletín Oficial del Estado. (2012): Sentencia del Tribunal Constitucional (30-1-2012).

Disponible en: http://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2012-2719

(Consultado el 12-1-2014)

—. (2013): Ley de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Buen Gobierno (10-12-2013). Disponible en:

<http://www.boe.es/boe/dias/2013/12/10/pdfs/BOE-A-2013-12887.pdf>

(Consultado el 11-3-2015)

El País. (2014): *Libro de estilo*. Madrid, Santillana. Disponible en:

<http://blogs.elpais.com/files/manual-de-estilo-de-el-pa%C3%ADs.pdf>

(Consultado el 18-9-2015)

FAPE (2015): "Código deontológico". Disponible en: <http://fape.es/home/codigo-deontologico/> (Consultado el 14-10-2014)

SPJ (2014): "Código ético" Disponible en: <http://www.spj.org/ethicscode.asp>

(Consultado el 21-7-2015)

Telecinco (2005): "Informe anual 2005". Disponible en:
http://www.mediaset.es/inversores/es/Informe-Anual_MDSFIL20111227_0035.pdf
(Consultado el 30-10-2014)

11.3.7. Citas provenientes de fuentes audiovisuales

www.cbsnews.com

(2011): "*Lenell Geter's in Jail*". Reportaje emitido por el programa *60 minuts* en la CBS y realizado por Safer, Morley. Disponible en:
<http://www.cbsnews.com/videos/morley-safers-pick-lenell-geters-in-jail/>
(consultado el 12-1-2015)

Cuatro

"Indultos" emitido en Cuatro el 9-8-2014.

Documental

Gibney, Alex. (2012): "Nosotros robamos secretos: la historia de *WikiLeaks*" Documental estrenado en el año 2012.

La Sexta

"La burbuja del jamón" emitido en La Sexta el 2-5-2014.

Telecinco

"Diario de... un acoso sexual" emitido en Telecinco el 31-5-2004.

"Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco" emitido en Telecinco el 3-5-2005.

"Diario de... maltrato en la guardería" emitido en Telecinco el 27-2-2007.

"Diario de... un impostor con bata blanca" emitido en Telecinco el 8-7-2009.

"Los tentáculos de ETA" emitido en Telecinco el 2-6-2009.

12. INDEXACIÓN DE TABLAS, FIGURAS Y GRÁFICOS

12.1. Índice de tablas

Tabla 1: reportajes de investigación de <i>Teleobjetivo</i> emitidos en TVE 1 durante el período de 1984 a 1987	142
Tabla 2: reportajes de investigación del programa <i>Equipo de Investigación</i> durante el período 1989-1990	144
Tabla 3: <i>share</i> de las principales cadenas durante los años (1994-1997).....	166
Tabla 4: reportajes realizados por El Mundo TV desde el año 1999 al 2002.	171
Tabla 5: programas más vistos del día 31 de mayo de 2004.	196
Tabla 6: muestra los ocho programas de esta etapa, su fecha, hora de emisión y <i>share</i>	208
Tabla 7: programación de las principales cadenas el lunes 3 de mayo de 2005. En negrita el único programa de reportajes y en rosa los espacios con contenidos de crónica rosa.	216
Tabla 8: estructura de “Diario de... una obsesión: la cirugía estética”	231
Tabla 9: audiencia media de los programas de actualidad y reportajes de las cadenas nacionales en la temporada 2004/05	261
Tabla 10: audiencias de los programas <i>Diario de...</i> coincidiendo con el nacimiento de de las dos nuevas cadenas.....	266
Tabla 11: primeas reposiciones del programa <i>Diario de...</i>	273
Tabla 12: estructura del “Diario de... un impostor con bata blanca”.	306
Tabla 13: evolución de la audiencia de Telecinco desde el nacimiento de <i>Diario de...</i> hasta su finalización. Marcados en rojo los meses y años en los que Telecinco fue líder.	310
Tabla 14: audiencia media de las principales cadenas en 2009 y 2010.....	310
Tabla 15: horarios de emisión de cinco de los últimos trece programas de <i>Diario de</i>	312
Tabla 16: los últimos trece programas de <i>Diario de...</i> emitidos en Telecinco.	315
Tabla 17: desglose de los reportajes de <i>Diario de...</i> que cumplen con los requisitos para ser considerados de investigación.....	319
Tabla 18: audiencias globales de las diferentes etapas de <i>Diario de...</i>	320
Tabla 19: audiencia de Cuatro desde su nacimiento hasta la fusión con Telecinco.....	323
Tabla 20: programas emitidos en la 1ª temporada de <i>Diario de... denuncia tu causa</i>	337
Tabla 21: programas emitidos en la 2ª temporada de <i>Diario de... denuncia tu causa</i>	339
Tabla 22 : estructura del primer programa de la 2ª temporada.....	342
Tabla 23: ocho reportajes de EL Mundo TV condenados por el Tribunal Supremo por el uso de la cámara oculta	346
Tabla 24 audiencias de la 3ª temporada de <i>Diario de... denuncia tu causa</i>	359
Tabla 25 audiencias de la 4ª temporada e <i>Diario de... denuncia tu causa</i>	360
Tabla 26: períodos de emisión de las temporadas de <i>Diario de... denuncia tu causa</i>	361
Tabla 27: parrilla de la programación de Cuatro el día 10-1-14.....	362
Tabla 28: audiencias de la 5ª temporada de <i>Diario de... denuncia tu causa</i>	362
Tabla 29: programas de <i>Diario de...denuncia tu causa</i> emitidos en Cuatro.....	364
Tabla 30: media de audiencia de las temporadas de <i>Diario de Diario de... denuncia tu causa</i>	365
Tabla 31: media de audiencia de Cuatro durante los años de emisión de <i>Diario de... denuncia tu causa</i>	365
Tabla 32: reportajes emitidos por <i>La Redacción</i> . Fecha, hora de emisión y datos de audiencia	381
Tabla 33: reportajes sobre los atentados del 11-M emitidos por las principales cadenas.....	384
Tabla 34: siete reportajes “especiales” emitidos por Telecinco durante el año 2006.	387
Tabla 35: <i>Especiales investigación</i> realizados por El Mundo TV para Telecinco.	390
Tabla 36: reportajes producidos por La fábrica de la tele.	394
Tabla 37: evolución de la audiencia de <i>7 días, 7 noches</i>	407
Tabla 38: desglose de los <i>Especiales investigación</i> emitidos por Antena 3 TV, en 2005-2006.	408

Tabla 39: días de coincidencia de la primera temporada de <i>Equipo de Investigación</i> con <i>Diario de...</i>	426
Tabla 40: similitudes entre “Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco” y “La dieta Dukan o el negocio de adelgazar”	427
Tabla 41: estructura del programa “La SGAE de Teddy”	430
Tabla 42: diez reportajes de la segunda temporada de <i>Equipo de investigación</i>	431
Tabla 43: comparativa de audiencias obtenidas por <i>Diario de...</i> y <i>Equipo de investigación</i>	435
Tabla 44: datos de los once primeros reportajes de <i>Salvados</i> en 2015	446
Tabla 45: programas informativos de La Sexta nacidos a partir de 2011	447
Tabla 46: episodios por temporadas de <i>Equipo de investigación</i>	447
Tabla 47: desglose de los reportajes de salud y consumo emitidos por <i>Equipo de investigación</i>	450
Tabla 48: recopilación de los reportajes de <i>Equipo de investigación</i> realizados en colaboración con las FCSE	452
Tabla 49: principales entrevistas, imágenes o datos aportados por las FCSE en el reportaje “El retorno de la reina”	454
Tabla 50: desglose de los reportajes de Jon Sistiaga para el programa <i>Cuatro X Cuatro</i>	467
Tabla 51: reportajes especiales de Jon Sistiaga para Cuatro	468
Tabla 52: reportajes de Jon Sistiaga para Canal +	475
Tabla 53: similitudes y diferencias entre el periodismo de investigación y el de precisión	486
Tabla 54: programas de <i>Diario de...</i> emitidos en Telecinco, fecha de emisión y <i>share</i> obtenido	632

12.2. Índice de figuras

Figura 1: Xavier Vinader entrando en la prisión madrileña	77
Figura 2: el rostro de Nellie Bly en la portada del libro	116
Figura 3: Gunter Wallraff caracterizado como un trabajador inmigrante	120
Figura 4: Antonio Salas oculta su rostro para no ser	124
Figura 5: bolso preparado para la colocación de una cámara oculta	127
Figura 6: lugar donde va colocado el objetivo de la cámara oculta	127
Figura 7: el cadáver sin identificar en el tanatorio	145
Figura 8: lápida con la identificación de la fallecida	145
Figura 9: los reporteros preparan la cámara oculta en el hotel	147
Figura 10: el reportero coloca el receptor de sonido en la bolsa	147
Figura 11: un bebé del orfanato chino llorando mientras es atado a la cuna	147
Figura 12: imagen de las piernas de una niña atadas a una silla	147
Figura 13: un narco amenaza con un palo a los reporteros del programa	150
Figura 14: un reportero huye corriendo con el trípode en la mano	150
Figura 15: plano de seguimiento al coche de uno de los narcos	150
Figura 16: plano de uno de los narcos sacando algo del maletero de su coche	150
Figura 17: policías sin uniforme realizan una identificación a sospechosos	156
Figura 18: plano del tráfico de droga a plena luz del día en el Raval	156
Figura 19: entrevista al cardiólogo Alonso Castrillo	165
Figura 20: recreación del quirófano donde se operó a Franco	165
Figura 21: publicidad de <i>La máquina de la verdad</i> encabezada por el titular “Nuevo Programa Español de Investigación”	167
Figura 22: promoción de “Yo mendigo” en <i>El Mundo</i>	175
Figura 23: información en el periódico <i>El Mundo</i>	175
Figura 24: transcripción de las llamadas entre Carrés y Tejero	182
Figura 25: Carrés anima a los golpistas a seguir con la moral alta	182
Figura 26: Pedro J. Ramírez en la presentación del reportaje	182
Figura 27: carátula del título del programa: “23F las llamadas secretas”	182
Figura 28: presentación de Rosa Montero de “Operación Lobo”	183

Figura 29: cabecera del reportaje Operación Lobo”.....	183
Figura 30: Cerdán y Rubio entrevistan en un parque a “El Lobo”.....	184
Figura 31: entrevista a “El Lobo” en un bar con cámara oculta.....	184
Figura 32: nota redactada por ETA para localizar al “traidor”.....	184
Figura 33: cartel con la foto de “El Lobo” difundido por ETA.....	184
Figura 34: imagen de la entrevista de Melchor Miralles al supuesto "Lobo".....	185
Figura 35: logotipo del programa con el rótulo de la productora SALTA.....	189
Figura 36: título del reportaje antecedente del programa <i>Diario de...</i>	189
Figura 37: el jefe le toca la cara a la empleada mientras está trabajando.....	195
Figura 38: el jefe agarra a la empleada de la cintura y esta se queja.	195
Figura 39 1: primer logotipo del programa que integraba.....	198
Figura 40: entradilla de Mercedes Milá con la central nuclear de Almaraz al fondo.....	201
Figura 41: en el CIEMAT se almacenaban residuos nucleares.....	202
Figura 42: un trabajador guía a Mercedes Milá por el CIEMAT.....	202
Figura 43: Mercedes Milá “asalta” a los responsables de comunicación de <i>Altadis</i>	205
Figura 44: Michael Moore aborda al congresista Tanner.....	207
Figura 45: Mercedes Milá recibiendo el premio Ondas en noviembre de 2005.....	219
Figura 46: entradilla de Mercedes Milá en un quirófano en “Diario de... una obsesión: la cirugía estética.....	220
Figura 47: Mercedes Milá entrevista a Malena Gracia en el reportaje “Diario de... una obsesión: la cirugía estética”.....	221
Figura 48: entrevista de Michael Moore a Charlton Heston.....	223
Figura 49: entrevista “asalto” de Mercedes Milá en la sede de <i>Altadis</i>	223
Figura 50: la presentadora con un lema antitabaco en su camiseta.....	226
Figura 51: Mercedes Milá en una entradilla del reportaje sobre el tabaco.....	234
Figura 52: Mercedes Milá contestando a la patronal del tabaco.....	234
Figura 53: primer plano de Milla en la entrevista a la oncóloga.....	238
Fuente 54: primer plano de la oncóloga.....	238
Figura 55: plano general de la entrevista a la oncóloga.....	238
Figura 56: plano recurso de la entrevista a la oncóloga.....	238
Figura 57: entradilla de Mercedes Milá en plano general.....	239
Figura 58: entradilla de Mercedes Milá en plano medio.....	239
Figura 59: Mercedes Milá con el alcalde de Saucedilla.....	240
Figura 60: entrevista en el despacho del alcalde.....	240
Figura 61: plano de muy baja calidad de la doctora en su clínica.....	241
Figura 62: plano mal encuadrado del reportaje de cirugía estética.....	241
Figura 63: recreación del perfil de un acosador sexual.....	242
Figura 64: acosador ficticio en el reportaje sobre acoso sexual en el trabajo.....	242
Figura 65: recreación de dos pandilleros en “Diario de... bandas callejeras”.....	242
Figura 66: plano detalle de un cuchillo en una reconstrucción.....	242
Figura 67: efecto de <i>flash</i> aplicado a la imagen.....	244
Figura 68: <i>zoom</i> digital aplicado a la imagen.....	244
Figuras 69: grafismo del programa aplicado a la imagen.....	244
Figura 70: grafismo y <i>zoom</i> digital aplicado a la imagen.....	244
Figura 71: plano de <i>CSI Las Vegas</i> en el que el que predomina el azul.....	246
Figura 72: plano de <i>CSI Las Vegas</i> en el que predomina el naranja.....	246
Figura 73: plano de la cabecera de <i>Diario de...</i> en el que predomina el azul.....	246
Figura 74: plano de la cabecera de <i>Diario de...</i> en el que predomina el naranja.....	246
Figura 75: logo del programa que iba integrado en todos los reportajes.....	247
Figura 76: grafismo del programa que iba integrado en todos los reportajes.....	247
Figura 77: separador con fondo rojo del “Diario de... bandas callejeras”.....	247
Figura 78: separador con fondo azul del “Diario de... bandas callejeras”.....	247
Figura 79: el cigarrillo en el ojo simboliza la obsesión por el tabaco.....	248

Figura 80: un fumador molesta a un no fumador echándole el humo.....	248
Figura 81: mapa que situaba la distancia entre la central y Jaraíz de la Vera.....	248
Figura 82: mapa que situaba la distancia entre la central nuclear y Talayuela.....	248
Figura 83: cámara oculta a un pandillero en “Diario de... bandas callejeras”.....	249
Figura 84: cámara oculta a dos pandilleros de la banda de los “Latin King”.....	249
Figura 85: Mercedes Milá en la sala de postproducción leyendo un <i>off</i>	250
Figura 86: entrevista a contraluz, para no ser reconocido, al inspector jefe de bandas latinas en Madrid para el reportaje “Diario de... bandas callejeras” (14-6-2005).....	252
Figura 87: “Los centauros” detienen a un delincuente.....	257
Figura 88: plano de un coche quemado por unos “aluniceros”.....	257
Figura 89: rejilla de la programación de Telecinco el martes 19 de abril de 2005.....	265
Figura 90: entrevista a Maeso en “Diario de... un contagio masivo”.....	269
Figura 91: se realizó en un hotel de Valencia dos días antes del juicio.....	269
Figura 92: entradilla de Mercedes Milá en el Valle de los Caídos (El Escorial) en el “Diario de... herederos del franquismo”.....	271
Figura 93: entrevista con cámara oculta a Kándido Azpiazu.....	272
Figura 94: momento en el que afirma que no se arrepiente de nada.....	272
Figura 95: entradilla de Mercedes Milá con el correo incrustado.....	274
Figura 96: entrevista realizada al pediatra Juan Casado.....	277
Figura 97: entrevista realizada a la psicóloga Laura de Agustí.....	277
Figura 98: Consejero de Educación Luis Peral viendo las imágenes.....	279
Figura 99: Defensor del menor Arturo Canalda viendo las imágenes.....	279
Figura 100: Mercedes Milá en Chernóbil con un medidor de radiactividad.....	289
Figura 101: el medidor a escasos metros del reactor principal de la central.....	289
Figura 102: mapa de “El triángulo de la muerte”.....	289
Figura 103: un miembro de <i>Greenpeace</i> en las de fosfoyesos.....	290
Figura 104: una imagen aérea de las balsas del “Diario de... contaminados”.....	290
Figura 105: el taquillero cometiendo el delito en su puesto de trabajo.....	292
Figura 106: el taquillero pedía 5.000 euros a cada inmigrante.....	292
Figura 107: momento del “asalto” de Mercedes Milá al taquillero de Renfe.....	292
Figura 108: el taquillero se va sin contestar a las preguntas.....	292
Figura 109: la doctora intenta echar a Mercedes Milá de la clínica clandestina.....	295
Figura 110: la doctora golpea y empuja al cámara.....	295
Figura 111: entradilla de Mercedes Milá en un parque controlado por bandas.....	296
Figura 112: momento en el que los pandilleros le tiran una piedra.....	296
Figura 113: momento de la liberación de Sara por parte de su madre.....	297
Figura 114: Sara llega al aeropuerto de Madrid tras dos años y medio secuestrada.....	297
Figura 115: Mercedes Milá localiza a Maeso viviendo en una caravana.....	298
Figura 116: entrevista a Juan Maeso dentro de la caravana.....	298
Figura 117: plano de la cabecera con tonos negros y blancos.....	299
Figura 118: plano del objetivo de una cámara con el rótulo del realizador.....	299
Figura 119: plano de Mercedes Milá para la nueva cabecera del programa.....	299
Figura 120: título del programa integrado al final de la cabecera.....	299
Figura 121: separador del programa “Diario de... víctimas de una sanidad enferma”.....	300
Figura 122: nueva línea gráfica en “Diario de... morosos: acosados por las deudas”.....	301
Figura 123: rotulación de un personaje en la anterior etapa.....	301
Figura 124: rotulación de un personaje con la nueva tipografía.....	301
Figura 125: Esther Fontán entrega el premio a Mercedes Milá.....	303
Figura 126: la asociación de víctimas de Coté con Mercedes Milá.....	203
Figura 127: detención de Coté por la Guardia Civil el 6-7-2009.....	304
Figura 128: cámara oculta al socio de Coté en la consulta de Vinaroz.....	304
Figura 129: cámara oculta a Coté en la consulta de Vinaroz.....	304
Figura 130: entrevista realizada con cámara HD a una víctima de Coté.....	307

Figura 131: imagen de cámara oculta en la consulta de Coté.....	307
Figura 132: entradilla de Mercedes Milá arriba mencionada	307
Figura 133: Mercedes Milá “asalta” a Coté en una calle de Ferrol.....	308
Figura 134: Coté responde a las preguntas y se marcha en su vehículo.....	308
Figura 135: logotipo con el nuevo título del programa <i>Diario de... denuncia tu causa</i>	325
Figura 136: entradilla de Mercedes Milá con el lema "Denuncia tu causa"	326
Figura 137: logotipo de Cuatro en el año 2011.....	327
Figura 138: carátula de salida de <i>Diario de... denuncia tu causa</i>	327
Figura 139: el sacerdote reconoce a los afectados que abusó de ellos.....	331
Figura 140: el cura asegura que se arrepiente de haber abusado de niños.....	331
Figura 141: momento en el que una empleada ata a una residente a la silla.....	334
Figura 142: Mercedes Milá encuentra medicamentos caducados.....	334
Figura 143: testimonio de las denunciadas tratadas por el psicólogo.....	335
Figura 144: psicólogo masturbándose mientras pasaba consulta.....	335
Figura 145: entrevista a Javier Rodríguez, psicólogo clínico.....	335
Figura 146: entrevista a otra víctima del psicólogo.....	335
Figura 147: Mercedes Milá viendo en un monitor la entrada del pedófilo en el piso.....	340
Figura 148: momento en el que Mercedes Milá “asalta” al pedófilo.....	340
Figura 149: momento de la intervención de la policía en la nave.....	341
Figura 150: trabajadores reconociendo que no tenían la documentación.....	341
Figura 151: Mercedes Milá con los afectados en el Ayuntamiento de Móstoles.....	341
Figura 152: Mercedes Milá lee el compromiso de la concejala con los afectados.....	341
Figura 153: “Operación diario” realizada en colaboración con el programa.....	354
Figura 154: la jefa de delitos de propiedad industrial e intelectual.....	354
Figura 155: momento en el que meten el cuadro en la notaría para venderlo.....	355
Figura 156: entrevista al jefe de la brigada de patrimonio histórico.....	355
Figura 157: entrada de la policía en el local de los ultras del Rayo Vallecano.....	356
Figura 158: contenedores quemados por los manifestantes.....	356
Figura 159: Mercedes Milá es retirada por un policía en un desahucio.....	357
Figura 160: los policías antidisturbios desalojan a los desahuciados.....	357
Figura 161: afectados por las participaciones preferentes.....	358
Figura 162: invidente afectado por las participaciones preferentes.....	358
Figura 163: entrevista a la víctima del timo en su bar.....	367
Figura 164: cámara oculta grabada con la colaboración de la víctima.....	367
Figura 165: entrevista a la víctima del abuso.	368
Figura 166: cámara oculta grabada por la víctima en la consulta.....	368
Figura 167: entrevista al abogado de los “preferentistas”.....	368
Figura 168: cámara oculta grabada por el abogado en el banco.....	368
Figura 169: imagen de la víctima de la extorsión.....	369
Figura 170: cámara oculta grabada por la víctima a los sindicalistas.....	369
Figura 171: entrevista a la víctima del acoso sexual.	369
Figura 172: cámara oculta grabada por la víctima a su acosador.....	369
Figura 173: imagen del trabajador de la residencia de ancianos.....	370
Figura 174: imágenes grabadas con un teléfono móvil por el enfermero.....	370
Figura 175: entrevista a la víctima de la estafa laboral.....	370
Figura 176: cámara oculta grabada por la víctima al estafador.....	370
Figura 177: entrevista al discapacitado en la habitación del centro.....	371
Figura 178: imagen grabada por el discapacitado en el centro.....	371
Figura 179: logotipo de <i>La Redacción</i>	372
Figura 180: Mercedes Milá en un momento de trabajo en <i>La Redacción</i>	374
Figura 181: plano de <i>La Redacción</i> en la que se grababa el programa.....	374
Figura 182: la dirección del programa en la mesa de <i>La Redacción</i>	376
Figura 183: encuentro entre Rosa Rodero y Josean Fernández	377

Figura 184: entrevista a Jorge Bermúdez en la mesa de <i>La Redacción</i> , en el programa “Tor: la red invisible”	378
Figura 185: momento en el que la infiltrada habla con uno de los proxenetas del polígono	379
Figura 186: entrevista de Mercedes Milá a la Inspectora Jefe de la Brigada de Delitos Sexuales.....	379
Figura 187: el instructor con los elementos para hacer un cóctel molotov.	392
Figura 188: plano detalle de los pasos que hay que seguir para hacer un cóctel molotov.....	392
Figura 189: cámara oculta grabada a la dueña de un comercio.....	393
Figura 190: la comerciante dice que tiene que cerrar o si no le rompen la luna.....	393
Figura 191: cabecera del reportaje sobre Emilio Rodríguez Menéndez.....	395
Figura 192: imagen de Rodríguez Menéndez entre dos mujeres.....	395
Figura 193: cámara oculta realizada a uno de los líderes de <i>Revelance</i>	398
Figura 194: los periodistas abonan 1.000 euros para entrar en <i>Revelance</i>	398
Figura 195: entradilla de Daniel Domenjó en el reportaje “Revelance: el secreto de la pirámide”	398
Figura 196: cámara oculta grabada a Juan de la Sierra.....	406
Figura 197: cámara oculta a Richard Dennis, ex marido de Miriam.....	406
Figura 198: entrevista a Melchor Miralles, testigo del exorcismo.....	410
Figura 199: momento del exorcismo de Marta.....	410
Figura 200: reportaje que denuncia a Sor María.....	418
Figura 201: fotografía de un bebé muerto y colocado en una nevera de la clínica San Ramón.....	418
Figura 202: entrevista con cámara oculta al taxista que trasladaba a las madres a Valencia.....	420
Figura 203: cámara oculta realizada a sor María.....	421
Figura 204: cámara oculta realizada al doctor Eduardo Vela.....	421
Figura 205: enfermera vigilando a una mujer embarazada en la clínica.....	422
Figura 206: parturienta con un chupete en la mano en el pasillo.....	422
Figura 207: primer logotipo del programa <i>Equipo de investigación</i>	424
Figura 208: cámara oculta grabada a Tejero en la puerta de un almacén.....	425
Figura 209: cámara oculta grabada a Tejero en la puerta de su casa.....	425
Figura 210: el cantante Ramoncín, directivo de la SGAE, ve su firma falsificada.....	429
Figura 211: el cantante Caco Senante, directivo de la SGAE, coteja su firma.....	429
Figura 212: separador del programa “La SGAE de Teddy”.....	429
Figura 213: separador del programa “Diario de... el negocio de la fe”.....	429
Figura 214: entradilla de Gloria Serra en el edificio de la SGAE.....	431
Figura 215: Mercedes Milá frente a la iglesia investigada en “Diario de... el negocio de la fe”	431
Figura 216: imágenes policiales ofrecidas en “El último emperador”.....	434
Figura 217: la policía detiene a Gao Ping en su casa.....	434
Figura 218: Jordi Évole en bañador en un momento del reportaje “Salvados por las vacaciones” emitido el 20-7-2008	437
Figura 219: acompañado de los afectados, Évole llama por el móvil a Juan Cotino.....	440
Figura 220: Jordi Évole “asalta” a Juan Cotino en la calle.....	440
Figura 221: entrevista a Zaida Cantera en el parque de El Retiro de Madrid.....	441
Figura 222: final de la cabecera del reportaje “El Cliente perfecto” emitido el 17-2-2013	444
Figura 223: entrevista a Andrés Perelló en las Cortes valencianas.....	444
Figura 224: entrevista a un maquinista de tren encima del lugar del accidente.....	444
Figura 225: entradilla de Gloria Serra en el reportaje “La burbuja del jamón”	451
Figura 226: plano de la cocaína incautada a la narcotraficante.....	455
Figura 227: la detención de Ana M ^a Cameno en su casa.....	455
Figura 228: Alejandro Vázquez en el reportaje “El retorno de la reina”.....	459
Figura 229: Laura Cárdenas en el reportaje “El retorno de la reina”.	459
Figura 230: “plano robado” a Teddy Bautista a la salida de su casa en “La SGAE de Teddy”...	460
Figura 231: “plano robado” a Teddy y Caco Senante en la calle. “La SGAE de Teddy”.....	460
Figura 232: “seguimientos” por Madrid al coche de Teddy Bautista.....	460
Figura 233: plano del coche de Teddy Bautista.....	460
Figura 234: “entrevista robada” desde lejos en el reportaje “La Comunidad”.....	461

Figura 235: “entrevista robada” desde cerca en el reportaje “La Comunidad”	461
Figura 236: momento de <i>El Objetivo</i> en el que se le aplica el <i>fact check</i> al Ministro de Hacienda Cristóbal Montoro	463
Figura 237: Jon Sistiaga acompaña a los soldados en el reportaje “Sargento, ¿a qué estamos disparando?”	469
Figura 238 : imagen de la cabecera de REC.....	470
Figura 239: reunión de los miembros de la redacción de REC.....	471
Figura 240: Jon Sistiaga habla con un miembro del equipo sobre el reportaje.....	471
Figura 241: entrevista a Felipe en el reportaje “Baby sicarios”.....	472
Figura 242: plano de la pistola que Felipe decía llevar siempre consigo.....	472
Figura 243: un minero extrae estaño a cien metros de profundidad.....	474
Figura 244: los mineros se quejan del riesgo que corren en la mina.....	474
Figura 245: Jon Sistiaga viaja en el autobús de los radicales del Atlanta.....	476
Figura 246: Jon Sistiaga se mezcla con las “barras bravas” del Atlanta.....	476
Figura 247: momento de la agresión al periodista y al operador de cámara	477
Figura 248: entrevista a una joven albina con el brazo mutilado.....	478
Figura 249: Sistiaga habla con una chica con la pierna mutilada.....	478
Figura 250: Jon Sistiaga entrevista dos miembros de las “maras”.....	479
Figura 251: Jon Sistiaga acompaña a la policía hondureña en una operación.....	479
Figura 252: <i>ProPublica</i> está en pleno corazón de Manhattan.....	515
Figura 253: cincuenta y cinco personas trabajan en esta redacción.	515
Figura 254: José Manuel Albelda.....	567
Figura 255: Itziar Bernaola.....	570
Figura 256: Alejandro Vázquez	572
Figura 257: Laura Cárdenas.....	572
Figura 258: Manuel Cerdán.....	579
Figura 259: Minhee Cho.....	588
Figura 260: Miriam de las Heras.....	596
Figura 261: Marcos García Rey.....	599
Figura 262: Mercedes Martín.....	605
Figura 263: Mercedes Milá.....	611
Figura 264: Mark Wieting.....	620

12.3. Índice de gráficos

Gráfico 1: composición del equipo de <i>Diario de</i> ...	197
Gráfico 2: estructura de pirámide invertida.	228
Gráfico 3: audiencias obtenidas por diferentes programas en la franja de coincidencia con <i>Diario de</i> ...el día 19-7-2006.	281
Gráfico 4: audiencia media de los programas de las principales cadenas en la franja del <i>late night</i> del día 25-3-2008.	293
Gráfico 5: media de audiencia obtenida por las principales cadenas el día 25-3-2008.	294
Gráfico 6: los tres reportajes sobre cirugía estética emitidos por <i>Diario de</i> ...	313
Gráfico 7: los cinco reportajes sobre tráfico o consumo de drogas emitidos por <i>Diario de</i> ...	313
Gráfico 8: clasificación por temática de los reportajes emitidos por <i>Diario de</i> ...	317
Gráfico 9: número de reportajes que englobamos en la categoría de investigación	318
Gráfico 10: organigrama del equipo de <i>Diario de</i> ... <i>denuncia tu causa</i> .	330
Gráfico 11: organigrama del equipo de <i>La Redacción</i> en marzo de 2014.	373
Gráfico 12: audiencia de las principales cadenas en el <i>prime time</i> del 15-12-05.	465

13. ANEXOS

13.1. Entrevistas en profundidad

13.1.1. Entrevista a José Manuel Albelda. Periodista.

Realizada por correo electrónico.

Fecha: 11-3-2015



(Figura 254: José Manuel Albelda)

José Manuel Albelda fue redactor del programa *30 minutos* de Telemadrid desde 1997. A partir de agosto de 2001 pasó a dirigir el programa. A pesar de estar al frente del espacio durante once años nunca abandonó la tarea de redactor y siguió realizando reportajes. En la actualidad dirige *Zoom*, un espacio de mini reportajes de dos minutos dentro del Telenoticias de Telemadrid. Recibió la Antena de Plata (premio concedido por la asociación de profesionales de radio y televisión de Madrid), en el año 2003.

P. ¿Cómo nació el programa?

R. Nació en mayo de 1991. Tratava de explorar formatos previos como el *60 minutes* de la CBS y el *30 minuts* de TV3.

P. ¿Cuál era el objetivo, qué se buscaba?

R. Se trataba de ofrecer una fórmula de reportaje de servicio público donde primase el análisis periodístico en profundidad y la excelencia en la calidad de la

imagen. Era un formato a medio camino entre el documental intemporal y el reportaje ceñido a temas de actualidad.

P. ¿Consideras viable la investigación periodística en televisión?

R. Es viable y es necesaria, aunque demasiadas veces se considera secundaria respecto a la investigación periodística en prensa escrita.

P. ¿Qué se necesita?

R. Tiempo, periodistas obstinados y objetivos que sepan rastrear durante meses, una correcta asesoría legal, y un buen encaje en el que no prime la forma sobre el fondo (exceso de sensacionalismo).

P. ¿Qué opinas de la utilización de la cámara oculta?

R. La hemos usado algunas veces. Personalmente soy partidario de restringir su uso, salvo que sea absolutamente imprescindible para obtener un documento. Prefiero las entrevistas cara a cara, con luz y taquígrafos.

P. ¿Ponme algunos ejemplos de programas que consideres que abordaron la especialidad del periodismo de investigación, aunque sean de producción ajena?

R. La investigación de “La catástrofe de Bhopal”, “Sectas”, “Timos”, “Pederastas: lobos con piel de cordero”, “En los límites de la red”, “Los secretos de la Cienciología”, “Seguridad Alimentaria”, “Errores Médicos”, entre otros.

P. ¿Por qué los consideras de investigación? ¿qué tienen que no tuvieran los demás?

R. Conllevaron una preparación mucho más minuciosa. El proceso de producción y localización de nuestros contactos y entrevistados duró meses. Se ocultaron identidades, se empleó cámara oculta, se rastrearon miles de páginas *web*, se documentó a conciencia el guión y se recurrió en ocasiones a la asesoría jurídica de la cadena para verificar que no hubiera ninguna problemática legal de cara a la emisión.

P. El *30 minuts* catalán, en ocasiones, denunciaba temas de carácter social, vosotros ¿lo hicisteis alguna vez?

R. Sí, por supuesto. Abordamos en numerosas ocasiones temas relacionados con infraviviendas, racismo, sucesos, defensa de los consumidores, errores médicos, sectas, fraudes y crimen organizado.

P. ¿Cuánto tiempo teníais para hacer cada reportaje?

R. Dependiendo de la premura y de lo ceñido que estuviera el tema del reportaje a la actualidad, oscilaba entre una semana y un mes. Hubo algún reportaje que se preparó de un día para otro.

P. ¿Con que presupuesto contabais por programa?

R. Desde un punto de vista económico, no te puedo concretar, varió con el tiempo y contabilizaba dependiendo de factores. En términos de tiempo y asignación de recursos grabábamos una media de cinco o seis jornadas de siete horas de cámara y editábamos en cinco jornadas. Se dedicaba uno o dos días a la postproducción.

P. ¿La cadena apoyó siempre el programa? ¿os visteis respaldados?

R. La cadena siempre apostó por el formato desde un punto de vista de respaldo periodístico y de asignación de recursos. Durante los veintiún años de existencia del programa *30 minutos* obtuvo galardones muy importantes y supuso uno de los haberes más importantes de Telemadrid en cuanto a prestigio. El principal problema fueron –desde su comienzo hasta su final– los cambios de horario en la programación, que fluctuaron en exceso y no permitieron fidelizar a un mismo tipo de público.

P. ¿Puedes darme tu opinión de lo que sucedió tras la emisión del reportaje “Los caminos de Euskadi”, en el año 2001?

R. Se exigió la dimisión del Director General de Telemadrid porque se consideró que en el reportaje se abordaba el problema del terrorismo en el País Vasco de una manera demasiado aséptica en cuanto a imagen, sin mostrar atentados. La participación de Arnaldo Otegui (EH), al lado de los principales responsables de los otros partidos políticos vascos, también suscitó polémica.

P. ¿Qué datos de audiencia significativos tuvo vuestro programa y cuál fue vuestra mejor época?

R. Cuando llegué al programa en el año 97 el *share* de los reportajes podía oscilar entre un 13% (un mal dato) y el 25% (un buen dato). En el periodo comprendido entre 2002 y 2006 llegamos a obtener algunos de nuestros mejores datos de audiencia (hasta un 40%), algo impensable hoy día en un programa de reportajes semanales.

P. ¿Y la peor etapa del *30 minutos*?

R. Los constantes cambios de programación durante años, y la irrupción de canales de televisión en TDT fragmentaron la audiencia y perjudicaron

progresivamente sus resultados. La época comprendida entre 2009 y 2011 fue crítica; después remontaros algo los resultados.

P. ¿Por qué desaparece el programa? En Cataluña sigue triunfando en horario de *prime time*.

R. A finales de 2012 y principios de 2013 Telemadrid atravesó un ERE en virtud del cual se suprimieron todos los programas no diarios, como el *30 minutos*.

13.1.2. Entrevista a Itziar Bernaola. Periodista.

Realizada por correo electrónico.

Fecha: 9-12-14



(Figura 255: Itziar Bernaola)

Itziar Bernaola ha producido varios reportajes para el programa de La 2 *Documentos TV*: “Las fosas del olvido”, “48 horas”, “En busca del éxito”, “El mercado de la fama” o “El negocio rosa”. Trabajó como reportera en el programa de reportajes de investigación *Crónica de una generación*. Más tarde dirigió el programa de debate de TVE 1, *59 segundos*. En la actualidad es la subdirectora del programa *El Objetivo*, de La Sexta.

P. ¿Por qué decidisteis emplear el periodismo de datos en vuestro programa?

R. Porque pensábamos que últimamente había saturación de opinión en televisión y que utilizar el periodismo de datos era una apuesta por el rigor y la información, que podía encontrar un hueco en estos tiempos.

P. ¿Qué objetivos buscabais?

R. Intentamos apostar por temas propios y decidimos abordar los temas más tratados de una forma diferente.

P. ¿Os habéis basado en algún referente para llevarlo a cabo?,

R. Sí. Sobre todo en lo referente al *fact-checking*, nos basamos sobre todo en dos webs: <http://www.politifact.com/> y <http://www.washingtonpost.com/blogs/fact-checker/>.

P. ¿El periodismo de datos se da más en prensa o en internet? ¿cómo es su aplicación al medio audiovisual?

R. Se da sobre todo en internet. Aplicarlo a la televisión nos obliga a simplificar algo las explicaciones y a tratar de reducir el volumen de datos.

P. ¿Qué logros o descubrimientos periodísticos habéis conseguido?

R. Bueno, supongo que conseguir que el periodismo de datos funcione en términos de audiencia un domingo por la noche ya es un cierto logro, aunque también se debe al tirón de Ana Pastor (presentadora del programa) y al arrastre de Jordi Évole (presentador de *Salvados*).

¿Interesante? no sé. A mí me gustaron mucho los programas que hicimos sobre indultos, financiación de partidos políticos o transparencia en el Congreso de los Diputados. Me parecen programas necesarios en estos tiempos, aunque quizá sean para muy "cafeteros".

P. ¿Existe suficiente transparencia para acceder a los datos públicos? ¿qué problemas os habéis encontrado para conseguirlos?

R. Claramente, no. Las respuestas que recibimos a veces por parte de los gabinetes de prensa de partidos o ministerios son muchas veces surrealistas. Nuestros políticos no están acostumbrados a ser transparentes, y nuestras instituciones tampoco. Creo que la nueva ley de transparencia, que entra en vigor la semana que viene mejorará algo, pero no lo suficiente.

P. ¿Crees que el periodismo de datos es capaz de generar información por sí mismo o simplemente es una herramienta para el periodismo de investigación?

R. Creo que sí es capaz, a través de los datos puedes encontrar muy buenas historias. Por ejemplo, Mar Cabra (Civio) nos contó en el curso de periodismo de datos que nos dio, que investigando una base de datos sobre niños tutelados por el gobierno de EE. UU., descubrió que los niños del Estado de Texas, que padecían trastornos mentales estaban medicados en exceso (recibían un montón de medicamentos para la salud mental: antidepresivos, antipsicóticos). Toda esa información estaba en una base de datos Excel. Los datos le ayudaron a descubrir una historia muy potente y desconocida.

P. ¿Tenéis en vuestro programa a periodistas que saben emplear las técnicas de búsqueda, cotejo y análisis de datos?

R. Bueno, hemos ido aprendiendo. El manejo de bases de datos, especialmente Excel, es fundamental, y de programas para limpiar bases de datos.

P. ¿Cómo ha respondido la audiencia ante este tipo de periodismo?

R. Estamos contentos, hemos ido subiendo cada temporada desde que empezamos, especialmente en esta última.

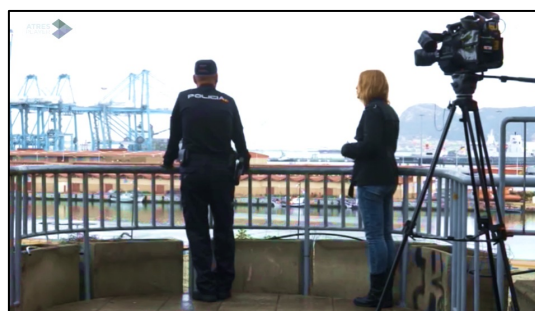
13.1.3. Entrevista a Laura Cárdenas y Alejandro Vázquez. Periodistas.

Localización: El matadero, Madrid.

Fecha: 24-6-2015



(Figura 256: Alejandro Vázquez)



(Figura 257: Laura Cárdenas)

Tanto Laura Cárdenas, como Alejandro Vázquez han desarrollado toda su carrera periodística en televisión. Ambos formaron parte del equipo de redactores de *Diario de... denuncia tu causa* que se emitió en Cuatro. Cuando finalizó el programa, pasaron a la plantilla de *Equipo de investigación*, en La Sexta. Los dos participaron en el reportaje el “El retorno de la reina”, analizado en esta tesis.

P. ¿Cuál fue el motivo por el que se decide hacer el reportaje “El retorno de la reina”?

R. Alejandro: Fue una percha de actualidad. Se la detuvo por segunda vez. La localizaron gracias a una grabación de una cafetería en Majadahonda. La vieron con alguien extraño, que tiraba dinero en una papelera, que se reunía con un colombiano, y entonces, en un control sorpresa de la Policía Municipal de Majadahonda, le encontraron 60.000 euros en efectivo.

R. Laura: Había una percha de actualidad, y además, había imágenes que lo sustentaban y que daban mucho juego. Porque esas imágenes de la cafetería daban mucho juego.

P. ¿Y esa percha de actualidad quién la busca?

R. Laura: hay un grupo de cuatro personas que se llaman “asignadoras”. Son personas que se dedican exclusivamente a buscar temas. Todos los días se leen el periódico, buscan temas, y además, esos temas, pasan todos por Antena 3 TV, que son quienes los seleccionan, por último, antes de que lleguen a nosotros.

R. Alejandro: Al ser Atresmedia, (Antena 3 TV y La Sexta), tienen que ver que tema va para *Salvados*, que tema va para *Equipo de investigación*, para *La Sexta Columna*. Antes de empezar a hacer un tema tiene que pasar por un comité con los máximos responsables de Atresmedia. Están divididos por temas. Nosotros, temas políticos, no hacemos. Los políticos van para *La Sexta Columna*. Nosotros hacemos más temas de investigación.

P. ¿Y las cuatro “asignadoras” pertenecen a vuestro programa?

Laura: Sí. Las “asignadoras” buscan el tema y se dedican a hacer las primeras llamadas, a la policía sobre todo, para ver si es factible el tema, si es lo suficientemente largo.

Alejandro: Hay temas que no dan para una hora y tienen que buscar más historias parecidas para poder completar el tema [...] En el caso de “El retorno de la reina”, sí que su caso daba para un reportaje entero. El perfil de “La reina de la cocaína” era muy interesante, porque es una chica de Burgos, muy pija, y que de repente se convierte en la “capo”. La pillaron la primera vez con noventa kilos de cocaína: el laboratorio más importante de Europa.

P. ¿Estas “asignadoras” tienen algún criterio marcado desde la dirección para elegir los temas?

R. Laura: Los temas que las “asignadoras” van buscando son sociales, controvertidos y policiales. Se busca un malo, normalmente. Toda la trama te lleva a alguien. “El rey del cobre”, el que controla el mundo chino, “El príncipe de los mercadillos”, siempre tiene que haber como un malo. Todo se personaliza en un malo. Otra parte importante es el “asalto”, como también hacíamos con Mercedes Milá. Al final, siempre derivas en un tío malo, que le “asaltas” y tienes la secuencia de la persecución, de cómo le encuentras, de un seguimiento de un par de días.

P. Otro de los temas que también tocáis mucho es el consumo. Me llama la atención que todo se traduce en cifras, números. ¿Hay una pauta concreta?

R. Alejandro: Sí, datos, datos. Luz Aldama (directora de programas de actualidad de Atresmedia), siempre dice que demos muchos datos o titulares de cualquier tema. Por ejemplo, hicimos uno que se llamaba “El timo del pelo”, y siempre eran titulares: cuántos calvos hay en España, cuánto dinero se genera en el comercio del pelo y traducirlo en dinero. Algo que sea impactante. También nos lo pide porque así es más riguroso. Tienes unos datos que te van avalando.

Laura: Y en el *off* no puedes ofrecer impresiones o sensaciones tuyas, sino que tienes que aportar algo, todo tiene que estar contrastado.

P. En el reportaje “El retorno de la reina”, una vez que os dan el tema, ¿cómo os distribuís el trabajo?

R. Alejandro: Lo primero que tuvimos que hacer fue leernos los veinte tomos de sumario. Nos lo repartimos entre cuatro reporteros. De ahí vas sacando las direcciones, los teléfonos.

Laura: Yo creo que todos somos cada uno de un perfil, y como en casi todos los programas, te van utilizando para lo que vales. Tanto tu tiras para un lado, y luego te lo asignan en función del perfil que tienes.

Alejandro: Laura se centró en la parte de Cádiz, en donde estaba Graciano (socio de la “reina”) que estaba en la calle. Yo me quedé más con el tema del sumario, con la policía, con las entrevistas de la reconstrucción de la policía.

P. La gestión para la colaboración con la policía ¿quién la hace?

R. Alejandro: La “asignadora”. Un tema policial cuando nos llega a nosotros ya está gestionado. Ya sabemos si tenemos el sumario, si tenemos la entrevista con la policía, si tenemos imágenes.

Laura: Incluso tenemos el reportaje dividido por secciones. Son como cuatro o cinco secuencias y las “asignadoras” ya lo han dividido en partes.

P. ¿Por qué la policía colabora tan activamente con vosotros?

R. Alejandro: Es una manera de resaltar su trabajo, su labor.

R. Laura: Yo creo que es por la cadena.

R. Alejandro: Siempre contamos con tres o cuatro personajes. Por ejemplo, la brigada de estupefacientes de Madrid, pues hemos hecho muchísimos reportajes con ellos. Les damos mucho bombo, les publicitamos muy bien.

P. ¿Alguna vez habéis colaborado en paralelo con las FCSE?

R. Laura: No. En realidad es un programa de actualidad, pero no tanto. Porque son cuatro semanas y está muy estructurado. No era como *Diario de...* que te puedes tirar hasta un año a lo mejor. Allí, imposible. Tenemos una semana de preproducción, otra de grabación, otra de minutado y guión y otra de edición.

R. Alejandro: *Diario de...* era más de investigación. A veces provocabas el tema. Tu investigabas, provocabas el tema, y provocabas la intervención de la policía. Aquí hacemos reconstrucción de los hechos.

R. Laura: La policía de La Línea de la Concepción, a raíz del programa de “El retorno de la reina” nos llamó. Nos propusieron hacer una vigilancia con ellos para hacer un tema de contrabando de tabaco. Imposible. Porque eso, la “asignadora”, tiene que plantearlo a la cadena, tienen que aprobarlo. Demasiado tiempo.

P. ¿Y eso es por qué es? ¿tenéis unos plazos acotados para hacer los reportajes?

R. Alejandro: Tienes un mes para hacerlo [...]

P. Con esas limitaciones es muy difícil. En los reportajes que he visionado se aprecia que contáis las cosas como si estuvieran pasando, pero en realidad han pasado hace mucho tiempo.

R. Laura: Tenemos controlado el vocabulario, que a mí me cuesta muchísimo. Tenemos controlado no hablar en pasado, tiene que ser en presente. Intentar preguntar en presente, y que la gente conteste en presente. Muy difícil. Porque lo mismo hay reportajes que pasaron hace diez años. En el reportaje sobre “El químico de la cocaína”, la historia era de hace veinte años. Tuve que ir a su pueblo y preguntar en presente. Cuentas una historia desde el principio y todo tiene que ser en presente.

P. En el reportaje de “El retorno de la reina” ¿todos los datos venían en el sumario?

R. Alejandro: Sí, de ahí sacábamos toda la rutina que tenía la chica. Dónde hacía los negocios; en un parking en el “Equinoccio” de Majadahonda, se reunía en un coche, solía ir siempre con su novio [...]

P. ¿Quién arma la historia final?

R. Alejandro: La coordinadora. Hay una escaleta previa de grabación que ya te dice por donde tirar. Las cuatro secuencias, que se va a contar en cada secuencia, quien va a aparecer. O sea, que ya sales a grabar con el producto final hecho o con la idea ya muy preconcebida de lo que vas a hacer [...] La coordinadora

es la que tiene la visión más completa de la historia y la que te va diciendo lo que tienes que hacer.

P. ¿Cuál es el papel de los reporteros a la hora de grabar?

R. Alejandro: Cuando hay mucha secuencia, sí que se sale en pantalla. Porque le das más dinamismo a la grabación; cuando sale el reportero, cuando pregunta, cuando se le sigue en plano subjetivo.

R. Laura: Yo creo que es por las transiciones. Es más por los planos que por nosotros. Que a lo mejor yo voy buscando a la peluquera (en el reportaje “El retorno de la reina”), pues yo voy subiendo una cuesta y dices: “es dos números más para allá”. Haces la labor de darle continuidad a la historia y entra el audio ambiente.

R. Laura: Nos dan un montón de pautas para grabar. De todos los sitios se entra y se sale. No puedes aparecer en ningún sitio de repente. Si vas a otro sitio tienes que grabar el trayecto. A veces en todo eso se tarda mucho más tiempo que en la historia de investigación de verdad. Se le da mucha importancia a cómo se vende el tema, a que sea atractivo [...]

P. ¿Consideráis que este reportaje “El retorno de la reina” es de investigación?

R. Alejandro: Tiene una parte de investigación, porque sí que es verdad que tienes que buscar muchas patas. No vale solo el sumario y no siempre se tiene, pero en los casos que se tiene, tienes que hacer un perfil de cómo era esa chica. De Ana María Cameno, por ejemplo, no se conocía su pasado. Tienes que hacer un retrato de cómo era la chica de Burgos: qué estudiaba en un colegio privado de monjas, cómo llega a Madrid, con quién se relaciona, quiénes eran sus amigos, sus contactos, eso a lo mejor sí que es una investigación; qué empresas puede tener, quiénes son sus testaferros, qué cuentas tiene. Eso sí que es investigación, y es mucho también de estar picando, picando y llegando, pero es verdad, que a lo mejor *Diario de...* era más investigación en el sentido de que provocabas la investigación, provocabas encontrarte con un pederasta, con algún curandero, denunciarlo. Aquí es un poco más armar la historia.

Laura: Aquí se centra mucho en la historia y en cómo se va a vender. *Diario de...* era más el contenido y que resultado ibas a tener. Aquí es más cómo lo cuentas. A veces he preferido no grabar una entrevista porque no he llegado bien al sitio, porque el cámara venía un poco retrasado y no se iba a grabar bien; una entrevista importante, porque había ruido de una fuente detrás, he preferido no

grabarlo a grabarlo mal, con un poco de ruido. Lo formal está por encima del contenido, en todo momento. Sabes que esa entrevista no se va a utilizar y va a ser peor, porque no admiten que no lo hayas producido bien. Va a ser contraproducente. Prevalece el *packaging*, la forma sobre el fondo, el envase.

P. ¿La cámara oculta se utiliza?

R. Alejandro: Muy pocas veces.

R. Laura: Ahora el tema de las denuncias está mucho más radical. Cualquier persona que vaya por la calle, aunque no sea a la que vas buscando, si te dice que no quiere aparecer, no aparece. Vas con la cámara en alto, siempre, nunca la bajas. Ni siquiera “robados”. Ya no se hacen. A partir de ahora tenemos que decir siempre que estamos grabando. Identificarnos: “hola somos de *Equipo de investigación*”, y dejar claro que estamos grabando.

Alejandro: Eso ha sido porque han recibido muchas denuncias. Es un programa que se repite mucho y la gente se ve en la tele varias veces [...] Ya el “robado” con la cámara abajo, contrapicado, que sólo recoge el audio, eso no se hace. Pero luego hay contradicciones, porque se hacen robados a prostitutas. Depende de quien sea y de la capacidad que tenga para denunciarte.

P. ¿Qué semejanzas y diferencias veis con *Diario de...*?

R. Laura: A *Equipo de investigación* no llegan denuncias del exterior.

R. Alejandro: En *Diario de...* siempre se buscaba denunciar al final a la policía, o públicamente, ir a pedir responsabilidades en muchos casos, aquí no. En *Diario de...* se generaban historias, aquí se cuentan historias que ya han sucedido.

R. Laura: De hecho, en *Equipo de investigación* vas con un guión previo. Eso no lo podías tener en *Diario de...* porque no sabías lo que podía pasar.

R. Alejandro: También porque aquí tenemos menos tiempo. Yo me acuerdo que en *Diario de...* podíamos estar más tiempo. Con el policía de Valdemorillo estuvimos tres meses.

P. En cuanto al papel de la presentadora, ¿qué diferencias veis?

R. Alejandro: Gloria Serra es una narradora de *off* y de entradillas, no hace entrevistas, no hace “asaltos”. No tiene el protagonismo de Mercedes Milá. Ella habla sólo con la producción del programa para decirle cuando tiene que leer el *off* y no modifica nada. Por eso también el reportero tiene más protagonismo que en *Diario de...*, porque en *Diario de...* no aparecíamos por que estaba Mercedes Milá,

que era la que hacía las entrevistas, entradillas, “asaltos”. Ahora, al no contar con esa parte, es el reportero el que hace esa labor.

P. En cuanto a medios económicos y recursos, ¿que comparación hacéis?

R. Alejandro: En *Equipo de investigación* hay más equipo humano. Debemos ser setenta personas. Hay cuatro equipos y en cada equipo hay cinco reporteros, un “asignador”, un coordinador.

R. Laura: En cuanto al equipo técnico nada. Las cámaras son de hace veinte años, XDDACM de las viejas. Se graba en MINI DV. En *Diario de...* grabábamos con 7D. Es una textura de imagen, que sólo verlo, ya te das cuenta.

R. Alejandro: Las cámaras tienen que estar reinventándose todo el rato y lo pasan mal por eso, porque al final te están pidiendo un producto que no puedes dar.

R. Laura: Por eso hay tanto efecto en la edición, para paliar las carencias de la imagen. Los medios técnicos son un horror.

R. Alejandro: Yo creo que en *Diario de...* el equipo estaba más compensado.

P. ¿Y en cuanto al apoyo de la cadena?

R. Alejandro: Aquí hay más apoyo que en *Diario de...* Es un programa que lo cuidan. Es un programa que lo promocionan mucho más. Yo me acuerdo que en *Diario de...* no nos promocionaba nadie.

R. Laura: Es que es una apuesta de Luz Aldama de cuando llegó a Antena 3 TV. Entonces quiere mucho a este programa.

R. Alejandro: De hecho, el otro día en la reunión que hicimos de contenidos, que vino Luz Aldama, dijo: que *Equipo de investigación* es un programa que el público se identifica con él. Cuando hacen el barrido de estudio de mercado el primer programa que identifican de La Sexta es *Equipo de investigación*.

R. Laura: Antes en la calle te decían: “sois de *Callejeros*”, ahora te dicen: “sois de *Equipo*”.

R. Alejandro: El programa se repite mucho, y aparte, te promocionan en el magazine de tarde *Más vale tarde*, *Espejo público* tira muchas veces los lunes del programa que se ha emitido el viernes. Entonces es un programa que tiene mucho más apoyo. En la *web* es mucho más fácil encontrarlo. Yo me acuerdo que *Diario de...* tenías que buscarlo.

13.1.4. Entrevista a Manuel Cerdán. Periodista de investigación.

Localización: Hotel Colón, Madrid.

Fecha: 18-2-2015



(Figura 258: Manuel Cerdán)

Manuel Cerdán es doctor en periodismo por la Universidad Complutense de Madrid por la tesis *Repercusiones políticas y judiciales del periodismo de investigación en España 1993-1996*. Formó, junto a Antonio Rubio, el equipo de investigación de el periódico *El Mundo*. Allí publicó desde 1994 hasta 2004 numerosos reportajes que forman parte de la historia del periodismo impreso en España. Fue durante cuatro años director de la revista *Interviú*. En el año 2002 hizo para El Mundo TV la serie *Crónica de una generación*, que incluía el reportaje sobre “El Lobo”, el primer infiltrado en ETA. En los últimos años ha trabajado en *elconfidencial.com* y en la actualidad produce sus propios reportajes para el programa *Dossier* de Telemadrid.

P. ¿Cuál fue tu primera experiencia en televisión?

R. Monté una productora llamada Background. Una noche en una fiesta de aniversario de *El Mundo*, se me acercó Mauricio Carlotti (Consejero Delegado de Telecinco entre 1994-2000), me saludó y me dijo: Cerdán quiero hablar contigo, preséntate en mi despacho. Fui al día siguiente a su despacho, eso fue en el año 1997. Me dijo: quiero que hagas en Telecinco lo mismo que haces en *El Mundo*. Reuní a mi equipo, a mi gente, a Antonio Rubio, que era mi socio, a Pilar Díez y a un productor de Telecinco, que se llamaba Germán Ameabe [...]

Para *La máquina de la verdad* también hicimos algún reportaje de investigación, porque iba acompañada de un primer documental que centraba el asunto. Por ejemplo, hicimos "El hombre del maletín", sobre el 23-F. Lo que pasa es que Julián Lago era un desastre, y había veces que se le olvidaba y ni lo emitía.

P. ¿Qué diferencias empezaste a notar con respecto a la prensa?

R. Un cambio abismal. No tiene nada que ver. Eso lo tengo clarísimo. Si hacemos una secuencia de pasos o de fases a cubrir para hacer un buen periodismo de investigación, todos los planteamientos y el desarrollo en papel, no tienen nada que ver con las imágenes, el propio medio lo limita. Y ahí sí que nos vamos a la célebre frase de McLuhan: "en la televisión el medio es el mensaje". Te produce unas limitaciones totales. La primera fase de lo que es una investigación previa es la misma, porque es más o menos hacer un enfoque, un planteamiento, donde naces y adonde quieres llegar y que elementos quieres utilizar, pero a partir de ahí; si en el reportaje en papel, lo que es la herramienta, con un bolígrafo y un papel lo resuelves, y las fuentes no tienen que dar la cara, y lo resuelves con documentos reproducidos en el papel, en televisión eso no se puede hacer. En primer lugar, las fuentes tienen que dar la cara porque si no, no tienes imágenes, y en segundo lugar, los papeles no los puedes dar porque si no es un aburrimiento. Si hay un papel que es clave pues hay que reproducir ese documento. Yo el otro día hice un reportaje sobre el tranvía de Parla (Madrid), y había un documento clave, la carta que Tomás Gómez le envía al consorcio diciendo que el proyecto es suyo, y el único que puede hablar de eso es él, y que se olviden. Ahora él ha dicho que era un proyecto del consorcio, entonces yo saco ese papel. Eso es determinante, eso sí que hay que sacarlo, pero con grafismo, darle movimiento, buscando la parte visual más importante.

Cuando yo hago un guión para la televisión, no hago un reportaje, hago un guión para televisión. Cuando investigas un sumario con unas fuentes anónimas para escribir un reportaje de investigación en prensa, o te vas a Panamá y te vas al registro; no estás preocupado de que todo eso luego lo vas a tener que plasmar en imágenes, estás preocupado de conseguir la información de la manera exclusiva, y eso lo trasladas al papel. Yo, por ejemplo, cuando me fui a investigar a Sarasola a Panamá, me preocupaba sacar los documentos del registro, pero si me voy a hacer un reportaje para la televisión me tengo que preocupar de que aparezca alguien del

registro hablando, cómo poder reflejar ese *off* que vaya a escribir del registro, si no puedo meter una cámara oculta. O sea, es totalmente diferente.

Cuando escribes un reportaje en prensa te olvidas de aspectos formales, te vas al contenido puro y duro, y en un guión de televisión, cada *off* que vas a escribir lo escribes en función de las imágenes que ya tienes para sincronizarlas, y a veces, justificas esas imágenes en el *off*, escribiéndolo, cosa que en prensa te olvidas totalmente.

P. Eso desde el punto de vista formal, pero en el contenido también notas esa diferencia ¿Los temas que tú tratas en prensa los puedes tratar en televisión?

R. Te pongo un ejemplo. En la investigación del tranvía de Parla yo hice un planteamiento. Cuál es el desarrollo de las empresas que han comprado la deuda, porque esto tiene trampa. La sociedad que aparece en Luxemburgo es un fondo buitres y eso es una pantalla. Y como hay olfato periodístico, empiezo a investigarlo, y sigo el rastro de las sociedades, y llego a las Islas Caimán, de ahí a Londres, y de ahí a Madrid, y aparece un despacho de españoles, cosa que estaba oculto en Luxemburgo. Eso para mí literariamente tiene muy fácil explicación, incluso puedo detallar los datos, pero eso en televisión es muy difícil. Hoy en día, en el periodismo de investigación tenemos que huir de los datos fríos porque si no, estamos hundidos. Hay que ir más a la interpretación periodística, a lo que es el análisis de la información [...]

Un reportaje de investigación en televisión es bueno o malo en función de los medios que tengas para hacerlo y de la creatividad que tengas.

P. Entiendo que los temas pueden ser parecidos, pero que la forma de contarlos ha de ser diferente.

R. El propio medio te limita y la forma de contarlo también. Entonces si yo le dedico mucho tiempo al texto, en televisión los *off* que escribo son como una pieza de *sudoku* o como un puzzle. Tengo que ir construyendo el guión pieza a pieza, y a veces, escribo en función de la imagen que tengo o del tío que va a venir a continuación hablando. En un reportaje de investigación en papel lo que menos me preocupa es que la fuente hable, porque la información de la fuente la he filtrado y la utilizo yo como mía.

P. ¿Para ti, como se estableció a partir del *Watergate*, son necesarias tres fuentes diferentes que te confirmen una noticia para poder dar una información?

R. Eso es una gilipollez. Cada vez que hay una película y hay un gilipollas con gabardina que dice tengo la tercera fuente... Conozco cientos de reportajes en los que la tercera fuente está igual de contaminada que la primera, porque las tres han bebido del mismo origen. Si bebes del mismo origen no necesitas tres fuentes. Lo importante es la credibilidad de la fuente, y las garantías que te dan esas fuentes. Por supuesto que intentas contrastar la información, pero yo te pongo un caso concreto de los miles que he vivido. Cuando estalla el escándalo de la entrega de Roldán en Bangkok, el ministro Juan Alberto Belloch, se monta una rueda de prensa por la mañana, se monta una película, que conforme yo estaba viendo la tele sabía que era todo falso. Y tan a gusto [...] A Antonio Rubio y a mí, por medio de una fuente muy importante nos llegó un sobre con los documentos de Laos. Entonces, si no tienes las vivencias, las experiencias de la relación de esa fuente, si no la tienes chequeada, pues te puede utilizar o manipular, o que los documentos sean falsos. Si, medianamente, lo verificas a través de una fuente de interior, de que efectivamente venía un sobre de Bangkok con los documentos, cerrado, lacrado, pues ya le das más crédito, pero tienes ocho o diez horas para verificar todo eso [...] El momento político te marca mucho. Una información hoy te vale cien, dentro de una semana te vale veinte [...] Al final dices: ¿qué hago? Esta fuente es determinante, son “Las Cibeles”, y te tiras, me lo creo. Me podían haber venido tres policías contándome eso y a lo mejor no me lo hubiera creído, pero esa fuente sí.

P. ¿Crees que es posible hacer periodismo de investigación en televisión con esas limitaciones que tiene?

R. Totalmente, totalmente. Lo que pasa es que la información en televisión es entretenimiento, y eso es a la conclusión a la que llego yo. Sobre todo en las empresas privadas. Nada más hay que ver el espacio y el tiempo que le dedican al periodismo con rigor en la televisiones privadas y en las públicas. Yo me he encontrado en situaciones en las que he presentado un proyecto que me lo han aprobado, he pasado la fase más costosa, y cuando me he sentado para tratar los temas que yo propongo me he levantado de la mesa y me he ido. Porque en lugar del caso ERE en Andalucía, me lo han llevado al caso Julián Muñoz.

El periodismo de investigación, con honrosas excepciones, en la televisión tiene una parte de entretenimiento. Y lo vemos ahora, incluso los programas políticos también [...]

Yo emití en septiembre un programa que era “La caza de los asesinos de ETA” sobre el atentado de la calle del Correo, cuarenta años después, e incumplía la primera norma del periodista que es: en el arranque dar los datos, y no di el dato hasta el final, con una imagen que aparece en pantalla. Y resuelvo el misterio durante todo el programa. ¿Eso es lícito? para mí sí. Para la televisión sí. La información era rigurosa y el trabajo era honrado y digno. Porque era ir a Francia a encontrar a los asesinos cuarenta años después, y los localicé. Después hay una mezcla de lenguaje periodístico y cinematográfico para que un documental tenga gancho. Unas veces te sale bien y otras mal. No somos infalibles, pero el periodismo de investigación se puede hacer en televisión de maravilla. Lo han hecho los americanos, los ingleses y los franceses, que lo bordan.

P. ¿Tú, en el actual panorama de la televisión española, ves algún programa que se acerque a eso que dices?

R. Para empezar hay poco, yo diría que nada. Es que después existe una prostitución de la palabra investigación. Durante muchos años, y lo hemos hecho en El Mundo TV, y otras cadenas, y los sabemos, una cámara oculta dando vueltas por un sitio, no es investigación. Entonces, se le ha cambiado el concepto a esa palabra [...] Al final, es que la televisión, es la televisión y la audiencia, es la audiencia. En un periódico se ve menos eso, porque hagas lo que hagas ese día vendes lo mismo. Hay efectos. La entrevista a Roldán (en el periódico *El Mundo*) vendió un millón de ejemplares, hay excepciones cada x meses. Después hay escenografías políticas que también la gente compra más, la época del 11-M, atentados o una boda real [...]

P. En cuanto a la independencia del periodista en la televisión, tú estuviste conmigo en el programa *Crónica de una generación*, ¿cómo lo recuerdas?

R. Hicimos lo que nos dio la gana. En los contenidos nos dieron toda la libertad. Hicimos nuestros veinticinco capítulos, nadie revisaba los guiones. Y después Antena 3 TV le sacó también su provecho. Por que me llamaban a mí todas las semanas del programa de Teo Lozano (*7 días, 7 noches*): Manolo dime algo de lo que queda por ahí. Sacaron lo de las cintas del 23 F, sacaron lo de GIL, lo de Roldán, que vaya puntazo que se pegaron con nuestro capítulo.

P. ¿Que pasó con la emisión del reportaje de “El Lobo”?

R. Lo sacaron en Antena 3 TV, y Melchor Miralles (director de El Mundo TV) hizo una de las suyas. Hizo un montaje, porque “El Lobo” dijo que a Francia no iba, y

lo que puso fue a un doble, un productor, tú lo conocías de la época de El Mundo TV. Lo sacaba de espaldas, con una peluca, y como había entrevistado a “El Lobo” en el Círculo de Bellas Artes, le ponía el sonido. Esas trampas en televisión se pueden hacer. En papel no se pueden hacer esas trampas.

P. ¿En papel se pueden novelar más las historias?

R. En papel el control total lo tiene el redactor, el autor y eso en televisión se diversifica y hay más controles. Tienes a los reporteros, al cámara que tiene su visión, al montador, que tienes que estar encima para ver lo que quieres. Después tienes a la propia cadena, que está más encima. Aunque a mí, en Telemadrid, los programas ni los ven, ¡tengo una suerte! Por eso cuando dicen del control de las públicas [...]

En cuanto a control de los directivos. Se cargaron el chollo de mi vida por culpa de la política. Lo de Telecinco que te comentaba antes. El primer programa que hice fue: “Barrionuevo, un ministro sentado en el banquillo”. Cuando él se enteró de lo que estábamos haciendo, se presentó en el despacho de Carlotti, montó el pollo allí y se acabó la serie, nos quedamos con la brocha. Ese se emitió de madrugada, porque si no hubiera sido un escándalo.

P. ¿El programa que haces en Telemadrid, *Dossier*, como lo calificarías?

R. Periodismo de investigación. En unos temas más puros, y en otros son más reportajes televisivos en profundidad. El tranvía de Parla tiene una parte de investigación, el del crimen de la calle Correo es pura investigación, tiene investigación periodística e histórica. Conseguí los documentos del sumario del asesinato, documentos policiales de entonces y después la investigación de localizar a los asesinos. Fue un trabajo de chinos, casi un año de trabajo. Ir a Francia, buscarlos allí. El de la violencia callejera también. Nos llevó mucho trabajo.

P. ¿Cuánto tiempo dedicáis a cada reportaje?

R. Desde que yo pongo el cronómetro en marcha hasta que terminamos treinta y cinco o cuarenta días. Con un equipo mínimo, casi todo lo hago yo. Son reportajes de autor. Ahora, si no tuviera el *background* que tengo, las fuentes que manejo y la disponibilidad de la gente, pues se tardaría más.

P. ¿Estamos ante un programa que no tiene una periodicidad de emisión fija?

R. El compromiso es que sea mensual. Nos movemos en función de la percha de actualidad. Hemos emitido cuatro, y las perchas las he buscado yo. También es importante tener buena relación con el director de informativos o quién vaya a decidir

finalmente la emisión, y que tengan confianza en ti. El primero estaba cantado. Había que hacerlo en el cuarenta aniversario del asesinato de la calle del Correo, el 13 de septiembre. El segundo, busqué la percha del aniversario de rodea el Congreso, que era el 25 de octubre. El siguiente, el de los Pujol, esperé a que hubiera mucho tráfico informativo sobre el tema, y lo emití en noviembre. El de tranvía de Parla lo coloque en enero porque sabía que venía lo de Tomás Gómez.

Aún así te llevas decepciones, porque esto es así. Por ejemplo cuando hicimos *Crónica de una generación*, que era una gran serie. Después por razones políticas, porque hubo un cambio en *Telefónica*, la dejaron allí, en un armario. Una pena y despreciaron todo lo que era el esfuerzo periodístico. Porque allí hubo un gran esfuerzo y un gran trabajo. Cada capítulo tenía una exclusiva, que eso era difícil [...]

P. ¿Estás teniendo algún tipo de censura en Telemadrid?

R. Yo trabajo fuera, yo no vivo lo que pasa en Telemadrid. Yo no he sentido la zarpa de ninguna imposición o censura. Yo he sacado imágenes de Esperanza Aguirre con Tomás Gómez brindando cuando se pone en marcha el tranvía, y no me han dicho esa imagen no la pongas. Es que no tiene ningún sentido. Yo creo que al final los políticos se equivocan. Si es que la censura es algo negativo para ellos. Si eso no afecta para nada. Si lo que interesa es el debate, la confrontación, y después, que tengas más criterios y más argumentos para ganar ese debate. Entonces al final la idea entra más.

En televisión, yo sé cómo trabajan en La Sexta, que no me cuenten a mí historias. Y sé en Antena 3 TV cómo se hacen algunos programas, y de los que se han hecho últimamente. El otro día me lo decía el presidente de Ceuta. Una cosa que han hecho por allí.

Yo en el periódico *El Mundo* he trabajado con plena libertad, pero después se volvieron locos con el 11-M. Aún así, yo luego publiqué una investigación a doble página con un periodista del *Corriere de la Sera* sobre un imán de Arabia que había mandado transferencias de dinero a "El Egipto", y Pedro J. me lo dio en portada a doble página. Yo ahí me metía más en la versión yihadista.

Yo, en Telemadrid, no he tenido ningún problema, ahora bien, yo llevo cuarenta años en esta profesión y se donde está el campo de minas. Pero eso no es autocensura, eso es pragmatismo. Yo no hago un programa contra Tomás Gómez del tranvía de Parla. Yo quiero denunciar la corrupción en Parla, pero él es parte del

conflicto, y yo sabía que eso iba a estallar en cualquier momento. Nadie me ha llamado, el presidente de la comunidad autónoma o el director de Telemadrid, para decirme: queremos cargarnos a Tomás Gómez, haz este programa. Eso lo he propuesto yo, y lo hecho externamente.

P. ¿Cómo ha sido tu experiencia trabajando en internet (*elconfidencial.com*)?

R. Más complicado y más difícil. Tiene mucho ruido, pero tiene menos efecto después. En influencia política y en efectos, quien manda es el papel. Hay telediaris que son recortes de periódicos. Eso tiene que acabar. Porque en los telediaris, a mi me lo dijo un director de informativos de una cadena privada: es que los informativos están en las cadenas privadas porque les obliga la ley. Si no, no habría informativos. Porque te crees que Telecinco iba a despreciar ese horario, de nueva a diez, entre el informativo y todas esas coñas para meter ahí lo que hiciera falta.

El digital es más difícil. Todavía no tienen medios para hacer un artículo híbrido con imágenes que eso sería lo suyo [...] *elconfidencial.com* es el que mejor lo hace. Hace poco hice una investigación sobre los bienes de la sobrina de Paesa. Hay un chaval italiano, que ha hecho todo lo de Falciani, Daniele Grasso, que controla el periodismo de datos y cómo trasladarlo a la páginas. Entonces me hizo gráficos en movimiento y eso es lo que salva el tema. Ese es el tipo de periodismo que hay que hacer ahí, y *elconfidencial.com* lo esta haciendo, pero el resto son chiringuitos. *elconfidencial.com* es un proyecto basado en ese modelo, no es un hermano menor del periódico en papel o de una televisión. *elmundo.es* cuando empezó, era un hermano pequeño y con las migajas que le dábamos empezó a crecer, después se independizó y se hizo mayor de edad, pero todavía tiene al periódico que le suministra. *el confidencial.com* tiene una redacción de setenta personas, y te hacen un periódico en internet.

P. ¿Cómo te adaptaste a *elconfidencial.com*?

R. Me adapté bien porque me daban plena libertad y era *free lance* total. Hacía mis temas a mi aire, trabajaba fuera y los temas cuando los tuviera los entregaba. Yo no tenía prisas. Yo no quería la información diaria. Yo dije que yo levantaba los temas. He publicado un montón de historias mías, y todas propias. Y funcionó muy bien.

P. ¿Qué te parece el tema de reproducir las investigaciones de manera global?

R. El *pull* periodístico tienen que funcionar. Yo ese es un proyecto que lo quise poner en marcha en el año 1991-92. Convoqué una comida con veinte periodistas, lo más granado: Irujo, Rubio, Arques, Miralles, Yoldi, Cid, Galiacho. Y queríamos hacer un *pull*, al margen de las empresas. Había temas que nos sobrepasaban, y queríamos organizar una asociación que publicara unos anuarios sobre la situación del periodismo en España, y mensualmente, sacar unos boletines sobre temas que no se podían abordar [...]

Ahora se hacen estos *pulls* porque los medios de comunicación no tienen recursos para hacerlo solos y porque la propia fuente cree más en ese proyecto. Assange, Falciani o quién sea, ellos buscan la difusión, el mayor impacto. Y la parte económica es muy importante, que es lo que está marcando mucho el periodismo de investigación. Desde que en las empresas periodísticas mandan los empresarios y no mandan los periodistas se ha cortado el grifo. Ahora yo no podría llamar a la secretaria y decirle me voy mañana a Panamá. Me paso por el periódico a las diez, el avión sale a las doce. Yo llegaba allí y tenía todo. El dinero en un sobre, el hotel reservado, el coche en el aeropuerto. El periódico te daba toda la cobertura para viajar bien. Hoy eso es imposible. Hoy me lo tengo que producir yo. Tengo mi productora. Explícale tú a un empresario de una empresa de comunicación que quieres irte a Panamá a investigar a Urdangarín. Y te dicen que lo hagas por teléfono [...]

13.1.5. Entrevista a Minhee Cho. Responsable de comunicación de *ProPublica*.

Localización: 155 Avenue of the Americas. 13th Floor. New York.

Fecha: 2-1-2015



(Figura 259: Minhee Cho)

Minhee Cho es la responsable de comunicación de *ProPublica* desde el año 2011. Su principal cometido es diseñar la política de comunicación de la empresa y planificar la estrategia de alianza con otros medios de comunicación para la publicación de la informaciones de forma conjunta.

P. ¿Cómo nació *ProPublica*?

R. *ProPublica* fue fundada, en fin, abrimos la oficina donde estamos en enero del 2008, pero probablemente empezamos un año antes intentando definir cómo debía ser la organización, qué línea editorial teníamos que seguir y temas en esa línea. Y, básicamente, todo vino provocado porque en 2007-2008 los periódicos empezaron a sufrir una crisis financiera debido a la falta de suscriptores. La gente empezó a experimentar con *paywalls* (pago por noticias), pero el público no quería pagar por noticias, la publicidad se redujo. Un gran problema para el periodismo general.

Nuestros fundadores, Herbert y Marion Sandler, quisieron que el periodismo de investigación sobreviviera después de esta crisis, que hubiera alguien ahí fuera con el poder suficiente para defender a aquellos que no se pueden defender. Así que crearon *ProPublica*. Y fue un nuevo tipo de periodismo digital, nadie antes había hecho este tipo de trabajo a nuestro nivel. Hay un par de organizaciones, pero

ProPublica es muy diferente en muchos aspectos. Uno de ellos es que tenemos grandes periodistas del *New York Times*, *Washington Post*, *Los Angeles Times*, tenemos también, nuevos jóvenes periodistas en el campo digital y personas que no han estado nunca en la escuela de periodismo. Así que tenemos una redacción muy diversa, una mezcla muy enriquecedora de jóvenes talentos y profesionales con mucha experiencia, que nos permite investigar los temas hasta el fondo.

Por otro lado, damos nuestras historias gratis, así que si vas a nuestra página *web*, cualquier artículo que haya, puedes cogerlo y ponerlo en tu página *web*, puedes imprimirlo en tu periódico gratis, no hay ningún cargo de ningún tipo. Todo lo que pedimos es que nuestro contenido esté intacto, que los artículos no se reediten.

Este tipo de modelo ha tenido un gran impacto a nivel local y también nacional. Actualmente tenemos 114 *newspartners*. Llamamos *newspartners*, cuando publicamos una noticia, la publicamos con ellos a la vez y así ellos también tienen la historia por su lado. El objetivo es sumar y sumar audiencia, porque usamos sus plataformas de publicación. Por ejemplo, tenemos colaboración con el *Washington Post*, y gracias a eso, tenemos millones de lectores a los que no tendríamos acceso de otra forma, ya que se publica en su edición impresa y nosotros no tenemos edición en papel. Ellos consiguen una historia gratis, a la que no han tenido que dedicar el tiempo necesario para la investigación, y esto a nosotros nos permite tener oportunidades para colaborar y que las historias tengan mayor impacto.

P. ¿Cómo se financia *ProPublica*?

R: Herbert y Marion Sandler fueron nuestros fundadores donantes. Ellos tienen bancos y negocios con grandes beneficios y dedicaron una parte de ese dinero a *ProPublica*. Acordaron dar diez millones de dólares los tres primeros años de nuestra existencia. Esto realmente nos ayudó para alquilar la oficina, contratar personal y ponernos en marcha, sin esto no hubiéramos tenido esta oportunidad.

Pagamos salarios competitivos porque estamos contratando reporteros de periódicos muy conocidos, sitios donde puedes estar toda tu carrera, vivir y morir allí, y estar muy satisfecho con tu trayectoria profesional. Para convencer a alguien que deje eso, y que prueben esta nueva experiencia, un salario competitivo suele ayudar.

P. ¿Ya no sólo sobrevivís gracias a las donaciones?

R. Desde que empezamos, llevamos casi ya seis años publicando, casi no recibimos dinero de los Sandler, que suponía un 95% de las donaciones y de

nuestro presupuesto operativo. En 2011 era menos del 50%, en 2013 menos del 33% y ahora es menos del 30%. Así que continuamente vamos diversificando nuestros recursos de donaciones para poder estar alejados de ellos, estar seguros de nuestros reportajes y que los lectores puedan confiar en nosotros; que no somos más que una parte de los Sandler, y que realmente, estamos haciendo investigaciones independientes.

ProPublica se fundó con donaciones. No tenemos ingresos. Pero los Sandler no son nuestra única fuente porque hemos diversificado y mejorado nuestros resultados y lo hemos hecho bastante rápido. Si lo piensas, hay bastantes organizaciones que han tenido unos pocos donantes fundadores y no se han movido tan rápido. Movernos y conseguir casi diez millones de dólares de una única fuente, a conseguir de varias fuentes, ahora que nuestro presupuesto operativo es mucho mayor, ha sido una gran mejora de nuestro equipo de desarrollo.

P ¿*ProPublica* fue fundada por la donación o fue fundada antes y luego vino la donación?

R. Vino todo a la vez, porque Herbert y Marion Sandler fueron los que tuvieron la idea de *ProPublica*, y también fueron los donantes fundadores, así que pienso que el concepto fue a la vez. Sin embargo, cuando esto realmente salió adelante fue cuando contratamos a Paul Stiger como nuestro editor jefe. Stieger estuvo como director del *Wall Street Journal* durante 16 años. Trabajó para *Los Angeles Times* y para periódicos de Londres. Tenerle a él liderándonos, ayudó a que la gente creyera en nuestra organización. Especialmente sirvió para que los nuevos empleados que se incorporaban al equipo creyeran en el proyecto y pusieran atención en lo que estábamos haciendo. Su contratación fue, posiblemente, una decisión clave al comienzo de nuestra existencia.

P. ¿Por qué se decide que *ProPública* se publique sólo en internet?

R. Hay muchas razones para hacerlo en internet. Como he dicho la crisis del periodismo fue enorme, así que crear una nueva plataforma impresa, todo el *marketing* que requiere y la producción que precisa una edición impresa, pensamos que no merecía la pena. En ese momento todo el periodismo se estaba moviendo a las ediciones digitales, así que pensamos que debíamos seguir la tendencia imperante.

En ese momento éramos un equipo de cincuenta personas e incluso menos, poca gente para hacer una edición impresa. Además, tener una edición *online*, nos

daba flexibilidad. Podíamos escribir una historia de diez mil palabras sin problema, podíamos publicar a las diez de la noche o a las seis de la mañana, sin problema. Es decir, el tiempo no era un problema. Para una edición impresa hay muchos condicionantes, como el espacio o el tiempo del que se dispone. Tienes que tener una historia de una sola pagina, tienes que publicar todos los días o todas las semanas, pero en internet hay mucha mayor flexibilidad. Por otro lado, necesitábamos averiguar cuál era nuestra audiencia, qué podíamos hacer, no queríamos quemarnos pronto. Estábamos más enfocados en esto que en la plataforma de edición.

P. ¿Cuál es el objetivo que buscáis con las historias de investigación que hacéis?

R. *ProPublica* fue creada para hacer periodismo para impactar. Si ves el panorama del periodismo casi siempre se repiten las misma noticias y se dicen las mismas cosas; son noticias de actualidad. Nosotros no queríamos sumarnos a este ruido, nos alejamos. Nosotros buscamos noticias propias que hayamos investigado. Normalmente tratamos problemas con los gobiernos, problemas de salud, medioambiente, financieros, temas extensos que los demás no tienen el tiempo o el espacio en sus periódicos para dedicar mucha atención. Por ejemplo, tenemos un reportero que estuvo investigando lo que se llama *Fracking*, un tipo de extracción de gas. Cuando empezó a investigar en 2008, nadie sabía lo que era el *Fracking*, en qué consistía, pero estaba provocando ya muchos problemas de salud. Ha estado investigando desde entonces. Ya ha escrito más de 150 historias sobre el *Fracking*. Nadie, en ningún periódico, que estuviera cuerdo hubiera permitido a un reportero escribir más de 150 historias sobre el *Fracking*. Pero teniendo *ProPublica* existe la opción de tener a alguien con el tiempo y el espacio para hacer esto.

Desde entonces, sus publicaciones han tenido mucho impacto. El estado de Nueva York prohibió el *Fracking*, siendo el primer estado que ha hecho esto a un nivel tan amplio. Es decir, demuestra que si dispones de los recursos, y nosotros los tenemos realmente, lo que publicas puede tener un efecto y cambiar las cosas, incluso con un pequeña redacción como la nuestra.

Ese era uno de nuestros objetivos, realmente queríamos hacer eso; prestar más atención a temas que hoy no aparecen en los medios, cambiar políticas, lograr que nuestros reportajes tuvieran repercusiones y asegurar que los poderosos sean responsables de sus actos. Sentimos que no debe haber sitio en nuestra sociedad

para los poderosos, que quieran esconderse detrás del poder de su dinero. Asegurar que todos los asuntos salen a la luz. Es posible que no cambie rápidamente, pues hay asuntos que es muy difícil hablar de ellos, pero queríamos estar seguros que siempre hay alguien apuntando con el dedo para asegurar que se habla de todos estos temas. Básicamente esas son las razones por las que quisimos crear *ProPublica*.

P. ¿Qué ventajas tiene internet para este tipo de publicación, además de las que has comentado?

R. Tiene varias ventajas, la más importante la libertad de publicación. También nos da la libertad en la extensión de los trabajos. Algunos periódicos son muy estrictos en cuanto al número de palabras por artículo. Y no se puede, realmente, investigar alguno de los asuntos que cubrimos con una historia de doscientas palabras. Algunas de nuestras historias son de cinco o diez mil palabras, y es porque esos asuntos realmente necesitan ese espacio y una edición impresa no se lo puede permitir. Pero tener una edición *online*, también nos permite alcanzar nuestro principal objetivo: ampliar nuestro alcance. Esto hace mucho más fácil el éxito para todos. También las redes sociales nos ayudan para que realmente podamos propagar nuestra historia. Te pueden leer internacionalmente.

P. ¿Cómo conseguís las historias que publicáis?

Tenemos una dirección de correo donde recibimos muchos *emails* que chequean los reporteros. Algunas historias son locuras otras son buenas, algunas basura, y podemos conseguir historias por este medio, pero la mayoría vienen de los reporteros que son expertos en un campo y saben los asuntos a los que merece la pena prestar atención. Los reporteros generan la mayoría de nuestras historias. Pero, a veces, las noticias vienen a nosotros. Un reportero *free lance* tiene una noticia en mente y quiere trabajar con nosotros. Tiene una idea, pero no tienen los recursos, así que acude a nosotros.

Otras veces hacemos *crowdsourcing* (fuentes multitudinarias), no sé lo familiar que es para ti ese término. Básicamente se hace un cuestionario o preguntas en general por *Twitter* o *Facebook* para nuestros lectores y conseguimos pistas de lo que le pasa a la gente y vamos a por ese asunto. Por ejemplo, uno de nuestros reporteros cubrió la industria de los tanatorios. Hicimos un cuestionario para este tema. Se incluyeron preguntas sencillas: ¿Cuándo firmaste tu entierro? ¿cuánto pagaste? y de esas respuestas encontramos las claves para profundizar en la

historia y completarla con la experiencia personal de cada usuario con la industria, o cómo han sido engañados con los contratos.

P. ¿Cuánto tiempo podéis dedicar a cada reportaje?

R. Es normal que la investigación de una historia dure años. Pueden durar años. La media de duración de una historia es uno o dos años. Recientemente hemos tenido una historia sobre *Firestone*, una empresa de neumáticos en América. Están implicados en la guerra civil de Liberia. La historia en sí, escribimos una sola historia, pero el tema empezó siete años atrás en *ProPublica*. Es un tema que parte de un *free lance* en África, que lo investigó hace siete años y vino a *ProPublica*. La producimos en 2014. Y la historia ha terminado. No vamos a investigar más. En términos de publicación en la pagina *web*, la información es de uno o dos días, pero el reportaje llevo años producirlo.

P. ¿Tenéis algún límite presupuestario para cada historia?

R. Somos muy flexibles, no hay ningún límite establecido sobre lo que debe durar una historia. Si merece la pena investigar más, lo hacemos. Hemos tenido series de investigación muy caras. Depende de la historia, y si merece la pena. Lo decide el comité ejecutivo.

P. ¿Hacéis periodismo de datos?

R. Muchas de nuestras historias se apoyan mucho en los datos, particularmente en datos del gobierno. Hace poco hemos aumentado nuestro equipo: el editor de datos y dos periodistas dedicados a esto. Su principal función es ayudar a nuestros reporteros a entender e interpretar todos los datos del gobierno. Así que, considerando que nuestro equipos es de cincuenta personas, tener a tres destacadas sólo para los datos, es muy raro en esta industria. Somos muy afortunados. Nos ayudan mucho a entender qué quieren decir estos datos. El volumen de datos es grandísimo, así que nos ayudan a comprender qué limitaciones hay, qué podemos conseguir. Y realmente lo que me gusta de nuestro equipo de datos es que quiere enseñar a gente de fuera de nuestra redacción. Compartimos los datos que encontramos, incluso implantamos ese concepto que se llama *reporting recipe* (guía para periodistas). Enseñamos a interpretar los datos paso a paso, es decir: con este dato puedes escribir este tipo de historia, este dato falta, cuidado con este tipo de información, realmente lo detallamos para nuestros reporteros, pero lo puede utilizar cualquiera.

P. ¿Cuál es la razón por la que compartís la información con otros medios?

¿es porqué queréis llegar a más gente?

R. Si claro, queremos expandir nuestras historias, todo lo que podamos hacer para dar a conocer *ProPublica*, porque no todo el mundo sabe lo que es, no todo el mundo lee nuestras historia todos los días, pero si compartimos nuestros datos y nuestras historias aumentan nuestras probabilidades de gustar.

P. La historia que se publica en otros medios ¿tiene que ser la misma escrita por vosotros o les permitís rehacer la información?

R. Normalmente es nuestra historia escrita por nosotros, pero entendemos que las ediciones impresas tienen una limitación de espacio. Puede haber una versión más corta de nuestra historia, pero siempre lo comprueban nuestros editores para confirmar que la calidad es la misma, el mensaje es el mismo. Y, a veces, cambios en nuestro estilo para ajustarnos a su plataforma. Por ejemplo, si publicamos en el *New York Times*, tiene un estilo de escritura determinado, así que cambiamos nuestro estilo para encajar mejor, pero a parte de todo esto, es nuestra historia.

P. Has dicho que os financiáis con donaciones pero ¿también buscáis otras fuentes?

R. Si, la mayoría viene de donaciones y la mayor parte de los Sandler, pero también tenemos subvenciones, las propias fundaciones nos dan subvenciones. *Mozilla* nos da subvenciones para aplicaciones para las noticias, para aquellos que revisan todos los datos, para hacer nuestra pagina *web*. Esencialmente nos dan dinero para hacer nuestro trabajo y quieren ver cierto nivel. Creo que *Mozilla* quiere que tengamos diez aplicaciones nuevas cada año. Es posible que pongan algunos parámetros, pero no tienen ningún otro control de lo que hacemos. Así que no miran nuestro trabajo antes de que se publique, en realidad no dicen nada. Simplemente nos dan el dinero para hacerlo.

P. ¿Cómo afectan las donaciones a su independencia?

R. La gente sospecha de este tipo de cosas, pero nosotros nos ajustamos mucho al periodismo, respetamos a nuestros reporteros y editores porque se ajustan al periodismo, incluso si perdemos donaciones no nos importa. Nuestra integridad en el periodismo es sólida y encontraremos nuevos donantes que quieran darnos apoyo.

Un ejemplo que se me ocurre, en 2009 o 2010, tuvimos una serie de historias de un tema de política, y no era muy favorable para uno de nuestros partidos, y uno

de nuestros donantes estaba muy involucrando con ese partido político y dejó de ayudar a *ProPublica*. Pero a nadie en *ProPublica* le molestó. Era razonable que dejara de donar. Lo más importante es que la historia sea sólida y que sea cierto lo que hacemos. No importa si perdemos un donante. Y eso dice mucho de Herbert y Marion Sandler, nuestros mayores donantes, no tienen ni idea de lo que escribimos, nunca les hemos dicho por adelantado lo que vamos a publicar, no han aprobado nada. Ellos nos dan el dinero, sin más, para hacer nuestro trabajo, y creen en eso. De esta forma mantenemos grandes muros entre nuestros donantes y nuestro editorial. Hemos funcionado siempre así.

Nuestro presidente y otros jefes ejecutivos han querido que *ProPublica* no se vea como una edición de noticias o un periódico, sino que seamos algo crucial para la sociedad, algo como el ballet, o la orquesta sinfónica. La gente apoya estas organizaciones, no porque quieran conseguir algo, sino porque creen que son cruciales para la sociedad, que nos beneficiamos todos teniendo alguien así ahí fuera. Así que más que ser una herramienta para lanzar ciertos mensajes políticos o generar ciertas ganancias financieras, queremos ser reconocidos como una parte integral de la sociedad.

P. ¿Crees que exportable este modelo a Europa?

Nos gustaría, no querríamos que fuéramos la única solución para esta brecha en el periodismo de investigación. Hemos visto algunas agencias de noticias coger nuestro modelo y replicarlo por ahí fuera. Recuerdo una reportera tailandesa que nos visitó, ella creó *Taipublica*. Ella puso un modelo parecido al nuestro, periodismo sin beneficios, compartir historias. Hemos visto que el éxito no es tan inmediato como el nuestro en estas organizaciones. El periodismo es muy diferente al que existe en EE. UU., encuentra muy difícil defender ciertos temas. Así que parece ser algo más complicado.

También he oído que en otros países es más difícil conseguir los datos del gobierno, aquí tenemos acceso a todos los datos libremente, lo que permite a nuestros reporteros mucho espacio para investigar, y los reporteros en otros países han tenido dificultades porque no tienen este tipo de acceso. De este modo, se encuentran con distintas situaciones difíciles, pero esperamos que nuestro modelo se pueda implantar en otros países y que tenga éxito.

13.1.6. Entrevista a Miriam de las Heras. Periodista.

Realizada por correo electrónico.

Fecha: 3-2-2015



(Figura 260: Miriam de las Heras)

En la actualidad es la subdirectora del programa de reportajes *Ruta 179* de Telemadrid. Sus primeros pasos en la televisión los dio como reportera. Estuvo durante cuatro años en el programa *Madrid directo* de Telemadrid. Más tarde pasó a El Mundo TV donde trabajó en el programa *Crónica de una generación* y presentó el programa *El planeta de los niños* para La 2. Ejerció como subdirectora de los servicios informativos de Telemadrid entre 2001 y 20013. Su siguiente paso fue coordinar el magazine de tarde de TVE 1 *España directo*. En el año 2012, fue contratada por Antena 3 TV para ser la coordinadora de redacción en el programa *Equipo de investigación*.

P. ¿Cuál era la forma de escoger los temas en *Equipo de investigación*?

R. En *Equipo de Investigación* se solía trabajar a partir de noticias que ya habían sucedido. Mirábamos las noticias de los periódicos y rescatábamos las que nos podían interesar más. La principal premisa era que hubieran intervenido de algún modo las FCSE. Era importante que hubiera un malo, al que hubieran detenido o culpabilizado, y que su perfil fuera interesante. También era básico que la historia tuviera hilos de los que poder tirar para completar un reportaje de sesenta minutos. Como por ejemplo, un narco que es detenido en su casa con miles de euros en metálico y se sospecha que ha estafado a tres empresas. Nosotros podíamos acudir a esas empresas y ver qué es lo que había sucedido. Es decir, que

la historia tuviera ramificaciones que la hicieran susceptible de ser tratada en profundidad.

P. ¿Qué buscabais en *Equipo de Investigación* cuando implicabais a las FCSE en vuestros reportajes?

R. La principal intención era contar con información oficial de lo ocurrido, y después, poder disponer de las imágenes del suceso. Bien fuera, el seguimiento a los malos, la detención de los implicados o las declaraciones de los policías sobre el hecho en cuestión.

P. ¿Desde el primer momento encontrasteis receptividad por parte de las FCSE?

R. En general sí, pero también depende del cuerpo y del grupo con el que tratábamos. Hay algunos más reacios que otros a salir en la televisión. En todo caso nosotros contamos con la ventaja de ser un programa consolidado y que colabora activamente con las FCSE, y no es lo mismo que un programa que trata esporádicamente con ellos. Cuando haces algo con la policía y cumples tus compromisos con ellos, luego es más fácil que quieran volver a cooperar contigo.

P. ¿Cuáles eran los pasos iniciales que dabais en *Equipo de Investigación* para conseguir la colaboración policial?

R. El primer paso siempre es oficial, a través del gabinete de prensa, ya que son ellos los que al final te darán el permiso para poder grabar a un policía o cómo se produce una detención. En televisión no pasa como en prensa que no necesitan la imagen de nadie, ellos se pueden apañar con la información que le haya podido dar de manera extraoficial un agente. En *Equipo de investigación* necesitábamos saber que podíamos contar con las imágenes del suceso, o en su defecto, con declaraciones de los policías contando cómo habían sucedido los hechos. Otra cosa es que un policía te de, extraoficialmente, una matrícula o un dato que nos pueda permitir localizar a alguien, y la utilizemos. A lo largo del tiempo se establece una relación personal entre el periodista y el policía que hace que se hagan favores personales al margen de los cauces oficiales. Esto te lo negarán, pero es así.

P. ¿Las FCSE tienen un manual de actuación de cara a su relación con los medios?

R. Yo sé que hay policías a los que les den charlas para saber cómo deben actuar con los medios, pero que yo sepa, no tienen un manual de actuación.

P. ¿En que momento de la producción del reportaje se iniciaba vuestra cooperación?

R. Nosotros siempre empezábamos en el momento en el que la operación policial estaba cerrada o casi cerrada. Una vez que había un malo, llamábamos a las FCSE y les pedíamos si podíamos disponer de imágenes de la detención o de la investigación que habían llevado a cabo. En función de esas imágenes, nos poníamos en marcha con ese tema, o lo descartábamos. Yo no recuerdo ningún caso en el que la cooperación haya ido en paralelo a su investigación. En el tema de Gao Ping (“El último emperador”), nuestra producción sí que se realizó en paralelo a la actuación policial, pero fue más un hecho casual, que planificado.

P. ¿Alguna vez os han denegado esa colaboración?

R. Si, más de una. Recuerdo que a raíz de un ataque a la sede de la Generalitat Catalana en Madrid, por parte de un grupo de ultraderechistas, quisimos realizar un reportaje sobre los nuevos neonazis. No disponíamos de imágenes, ni de nada de la investigación policial, y nos costó un mundo poder realizar el trabajo. Las FCSE no querían saber nada del tema porque para ellos dar publicidad a esos grupos era contraproducente. Lógicamente, no encontramos su colaboración, y fue un infierno acabar aquel reportaje.

P. ¿Qué consiguen las FCSE al colaborar con vosotros?

R. Nosotros somos un altavoz para ellos. Ellos saben que temas pueden ser mediáticos y pueden tener una repercusión positiva para su imagen. Les interesa que la gente sepa que sus investigaciones tienen éxito y que detienen a los delincuentes. Es una especie de *quid pro quo*. Nosotros tenemos el material que necesitamos y ellos tienen la publicidad que necesitan.

P. ¿Crees que es posible la colaboración entre el periodismo de investigación y la policía?

R. Sí creo que es posible la cooperación y así lo hemos demostrado en bastantes programas. Lo que considero que es muy difícil es trabajar juntos y al mismo tiempo en una investigación. De hecho, en el tiempo que yo estuve en *Equipo de investigación* casi nunca se hizo. En un programa semanal, con el escaso tiempo que hay, no se pueden seguir los ritmos de la policía. Ellos trabajan de otra forma y sus tiempos no son los nuestros. Nosotros tenemos que trabajar sobre hechos consumados e investigar los flecos que hayan quedado colgando.

P. ¿Cuáles son las principales ventajas que se obtienen de esa sinergia?

R. Nosotros, en más de una ocasión, hemos ido a un domicilio, en el que ya había estado la policía interrogando a los implicados, y de repente, nos han dado una carpeta con documentación muy valiosa sobre el caso. Luego nosotros le damos esa información a las FCSE y alucinan. A veces, la gente le tiene miedo o respeto a la policía, y no tanto a los periodistas. Ellos, por su parte, nos ayudan a ofrecer una información más precisa de lo ocurrido y nos proporcionan las imágenes de la investigación que han realizado. Las imágenes son, sin duda, lo más valioso para los periodistas que trabajamos en la televisión.

13.1.7. Entrevista a Marcos García Rey. Periodista de investigación.

Localización: Fundación de la Universidad Juan Carlos I, Madrid.

Fecha: 17-12-2014



(Figura 261: Marcos García Rey)

Marcos García Rey es coordinador del máster de periodismo de investigación, datos y visualización, organizado por Unidad Editorial y la Universidad Rey Juan Carlos I. Es miembro de ICIJ (Consortio internacional de periodistas de investigación). Así mismo, es responsable de investigar los incendios forestales en el proyecto “España en llamas” para la Fundación Ciudadana Civio, donde ejerce de editor, redactor-jefe, *fact-checker* o traductor. Es autor de algunos libros –*Vidas rotas* (2010) o *El 11-M en la prensa árabe* (2004)– y de varios ensayos científicos y divulgativos

P. ¿Qué es el periodismo de datos?

R. Es usar bases de datos, creadas por el periodista o por terceros para contar historias. De una forma muy concisa. Si queremos extender un poco más esa

definición: es el tipo de periodismo que consigue, recaba bases de datos, las limpia, las domestica, las analiza, y después de eso, cuenta una historia basada en ese análisis. Cuenta una historia que puede ser una visualización, un texto o puede ser la propia publicación de la base de datos. Y además, lo que es fundamental en el periodismo de datos es que se cuentan historias contextualizando los datos o los números que has trabajado. Las bases de datos cuentan historias por sí mismas.

P. ¿Lo diferencia del periodismo de precisión, o es lo mismo?

R. Es básicamente lo mismo. En un primer momento se llamó de precisión cuando salió Meyer en la escuela americana, luego se trajo a Europa. Es trabajar con grandes volúmenes de datos, grandes conjuntos de datos y contar historias a través de la limpieza, la domesticación, interrogar a las bases de datos.

P. Hay gente que considera el periodismo de datos una herramienta para el periodismo de investigación ¿crees que va más allá de eso?

R. Lo ideal es que de aquí a unos años, quince o veinte años, dejemos de hablar del periodismo de datos. Que el periodismo de datos, que ahora yo creo que es necesario, se practique tanto que ya no hablemos de periodismo de datos, sino de periodismo, sin más. ¿Por qué ahora es preciso hablar de periodismo de datos? porque tradicionalmente aquí, en España, y en el resto del mundo, no están habituados a trabajar con grandes conjuntos de datos. Algo que implica conocer unas técnicas, conocer estadística, matemáticas y conocer las nuevas herramientas que nos da el mundo digital para poder analizar grandes conjuntos de datos, que antes no se podía hacer. Ahora sí que tenemos las herramientas para poder hacer eso y hacer un tipo de periodismo, que no es de datos, es periodismo en general, ni siquiera de investigación; mejor documentado, mejor trabajado y mucho mejor verificado. Y el análisis de los grandes conjuntos de datos lo que hacen es enriquecer todas las historias, ya sean del periodismo convencional o del periodismo de investigación.

P. ¿Qué condiciones crees que son necesarias poder ejercer este periodismo en un medio de comunicación?

R. Lo primero que tiene que haber es una unidad de periodismo de datos en un medio de comunicación. En España el único sitio que lo tiene es *elconfidencial.com*, y está creada por alumnos míos. Salieron hace dos años y fundaron esa primera unidad de datos en España. Lo primero que tiene que haber es eso: una unidad de datos que se dedique a trabajar historias que se cuenten

arropadas, o en base a conjuntos de datos. En otros medios internacionales, donde hay unidades de datos, pues ¿qué hace falta?: el periodismo de datos lleva tiempo, es costoso, requiere unos perfiles profesionales determinados, gente que no se asuste con una base de datos, que la sepa limpiar, que la sepa manejar, que sepa interrogar a esa base de datos, hacerla una entrevista; a las bases de datos se le hacen entrevistas. Te cuentan historias. Y luego hacerlas visibles, no sólo a la hora de publicarlas, sino también a la hora de investigar. Porque cuando estás investigando un conjunto de datos te viene muy bien visualizarlo para ti mismo. También se necesita algo que en España no se da, y es que los jefes tengan el convencimiento de que se puede hacer un mejor periodismo con el manejo y el análisis de las bases de datos. La gran mayoría de la gente que manda en los medios de comunicación en España no tienen ni idea de matemáticas, estadística, ni sabe manejar más allá de cinco o seis columnas de Excel. Hacen noticias muy poco fundamentadas, siempre con rumores y con filtraciones, y difícilmente entienden que es esto del periodismo de datos. Y la prueba es que en muchísimos medios anglosajones ya hay unidades de periodismo de datos, hace tiempo: *The Guardian*, *New York Times*, *Los Angeles Times*, *Chicago Tribune*, *Texas Tribune*. En varios medios de comunicación de Latinoamérica: *La Nación* de Costa Rica, *La Nación* de Argentina, *El Tiempo* de Colombia, *El Universal* de México. Y sin embargo, aquí en España, todavía no.

Para resumir. Hace falta dinero, perfiles de profesionales que sean los adecuados y, sobre todo, hace falta la voluntad de los editores, que en España, se están resistiendo mucho porque no entienden el ecosistema en el que vivimos. Se piensan que el periodismo digital es volcar un PDF en la página de internet, todavía no saben que se pueden hacer muchísimas más cosas.

P. ¿Cuál es el medio que mejor puede desarrollar este periodismo de datos?

R. Básicamente, en internet. Se puede hacer algo en televisión, en la radio, no, evidentemente no. El papel es un gran castrador del periodismo de datos, porque le hace falta espacio, y eso solamente se encuentra en el medio digital. Yo estoy ahora haciendo investigaciones internacionales, estamos analizando millones de documentos, bases de datos con millones de ítems, luego, ¿cómo cuento eso en una página de papel? ¿cómo cuelgo yo mi base de datos para que sea consultada en una página de papel? ¿cómo me comunico yo interactivamente con el lector en un papel? Imposible. ¿Cómo cuelgo yo esos documentos para probar que he

trabajado bien y como rendición de cuentas ante el lector en el papel? Imposible. En el papel se puede colgar una carta, una factura, fotocopias de Bárcenas, mal puestas, pero el mundo digital es mucho más generoso en ese sentido. Mucho mejor. Se puede documentar mucho mejor el periodismo en el mundo digital. Se puede rendir cuentas ante el lector mucho mejor. Y es un espacio maravilloso para hacer un mejor periodismo, y también un mejor periodismo de datos.

P. ¿Qué papel juegan plataformas como la fundación Civio en este panorama?

R. Lo que tiene Civio es que ha sido pionera en el periodismo de datos en España. No lo ha sido ningún medio de comunicación, y eso es bastante grave. Lo que hace Civio, desde hace tres o cuatro años, es hacer periodismo en profundidad utilizando grandes conjuntos de datos para contar historias. Civio es una fundación, que trabajando con cuatro gatos ha sido la gran pionera del periodismo de datos en España.

P. Eres autor de uno de los proyectos de Civio, “España en llamas”, ¿cómo calificarías ese proyecto?

R. “España en llamas” es periodismo de investigación. Lo que pasa es que utilizamos el periodismo de datos para hacer un mejor periodismo de investigación y para probar las cosas. Los conjuntos de datos que analizamos nos ayudan a hacer un mejor trabajo periodístico.

“España en llamas” se ha publicado en varios medios de comunicación. Tendemos a actualizarlo cada verano. Empezamos a trabajar desde otoño y solemos publicar en verano. Este año hemos publicado, los dos reportajes grandes, en *elmundo.es* [...]

P. ¿Cómo crees que se puede aplicar el periodismo de datos al periodismo audiovisual?

R. El periodismo de datos debe apoyar para que se haga un mejor periodismo. Da igual el tipo de periodismo, ya sea de investigación, ordinario, de agencias, que sea audiovisual, que sea radio o televisión, da igual. La misión fundamental del análisis de datos por parte de los periodistas es que se haga un mejor periodismo. Evidentemente en la radio tiene sus limitaciones. En televisión se pudo hacer. Univisión, el canal en español que está en Miami, tiene una sección muy potente de periodismo de investigación, al cual ahora se le ha unido una unidad de datos. Y van a hacer un periodismo de investigación como siempre, pero ahora

arropados con una unidad de datos. Lo que pasa es que a la hora de hacerlo visible, por ejemplo, una base de datos consultable para el público, lo que es maravilloso es internet [...]

P. El programa *El Objetivo* de La Sexta es de los pocos en España donde se practica este tipo de periodismo.

R. Hay una sección, de unos cinco minutos todas la semanas. Han hecho el esfuerzo de analizar datos para crear información. Es loable, pero les hace falta más pericia, pero es loable. El contacto de algunas personas que trabajan en *El Objetivo* con la gente de Civio ha ayudado a que se decidieran a ser el primer programa en España que pueda trabajar un poco el periodismo de datos. Lo intentan. No tiene una unidad de datos en sí misma, no hacen un análisis de datos [...]

P. ¿Hay algún otro programa que conozcas que haga algo parecido?

R. La PBS, canal americano que tiene una unidad de datos. Tienen un programa, no sé si es quincenal o mensual de investigación muy bueno y está apoyado por una unidad de datos. La cosa no es pensar en una radio o en una televisión, solamente, para trabajar con datos. A día de hoy todos los medios de comunicación tienen su página *web* [...]

P. ¿Cuáles crees que son los peligros del periodismo de datos?

R. Como en todos los géneros de periodismo hay buen periodismo de datos y mal periodismo de datos. Uno de los grandes peligros es confundir el periodismo de datos con la apertura de datos. Es muy diferente. Yo puedo conseguir una base de datos y hacerla pública en un portal digital, pero con eso no estoy haciendo periodismo de datos. El periodismo de datos consiste en trabajar con grandes conjuntos de datos y conseguir historias novedosas.

P. Los datos a veces son fríos y distantes para el gran público ¿crees que eso se está superando?

R. Se está superando. Lo que siempre les digo a mis alumnos, a los que doy talleres de cómo escribir con datos, es que cuando manejas muchos datos al final te puedes volver un poco loco a la hora de escribir y tienes que reaccionar más allá de los números. Eso se consigue con fuentes vivas, con otras fuentes documentales, y al fin y al cabo, haciendo un buen periodismo en profundidad o de investigación. Tienes que extraer de los datos lo más importante, lo medular para contar una historia.

Los números son muy fríos, pero punto uno, los números nos pueden contar historias y, punto dos, a esos números hay que ponerles músculo, corazón, sangre, huesos. ¿Y cómo se hace eso?, sobre todo con fuentes vivas, con personas. Hay que humanizar los datos. Un dos, no es un dos. Es que hay gente detrás de ese dos. Pueden ser dos personas violadas, dos asesinados o dos futbolistas. Los números son símbolos de una realidad. Los números son muy calientes lo que pasa es que hay que saber contarlos bien y saber presentarlos.

P. ¿Qué logros o descubrimientos periodísticos se han conseguido gracias al periodismo de datos?

R. El consorcio, del que yo soy miembro, de periodismo de investigación acaba de sacar la macro investigación *LuxLeaks*. Yo soy miembro del ICIJ (Consortio Internacional de Periodistas de Investigación), y ahora estoy trabajando con ellos en dos investigaciones muy importantes, y estamos trabajando con millones de datos. Pero recientemente publicaron la investigación del *LuxLeaks*; que se refiere a que gracias a las autoridades de Luxemburgo, este país, se había convertido en un paraíso fiscal muy importante para todas las empresas multinacionales que operan en Europa. Juncker, actual presidente de la Comisión Europea, como primer ministro de Luxemburgo, favoreció ese estatus de Luxemburgo como un gran paraíso fiscal.

P. ¿Qué incidencia crees que puede tener la nueva ley de transparencia en este tipo de periodismo?

R. Es fundamental. Hay dos formas de trabajar con datos. Uno, te creas tus propias base de datos y, dos, consigues bases de datos. Las bases de datos que suelen interesar más, aparte de la de algunos bancos, son las públicas. El hecho de que el Estado empiece a romper sus costuras en cuanto a la información es muy importante, porque eso nos va a permitir hacer peticiones de información que nos van a dar bases de datos que nos van a contar historias, y eso antes era imposible [...]

P. ¿Están las nuevas generaciones preparadas para aplicar las técnicas de esta modalidad periodística?

R. Nosotros creamos el primer máster de Periodismo de Investigación, Datos y Visualización que ha habido en Europa. Empezamos en 2012. Los chicos que hay ahí fuera (en las clases del máster) son la tercera generación. Es el único programa

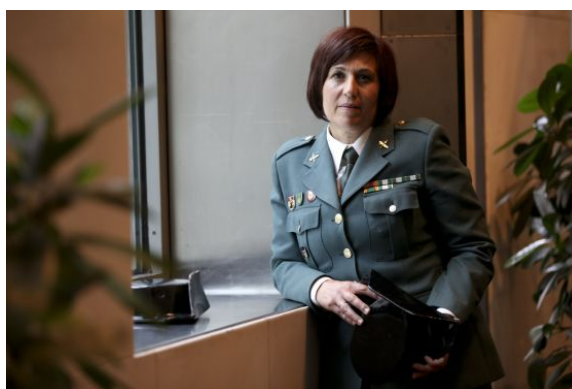
que hay en España de formación universitaria sobre el tema. Todos los chicos que han salido tienen trabajo aquí en España o en el extranjero.

Es una estafa que, a día de hoy, en las facultades de periodismo en España estén como están. No hay apenas formación en estadística, matemática, en herramientas digitales nuevas, programación, Excel. No hay formación en visualización interactiva. Lo que estamos haciendo es formar periodistas como lo hacíamos hace treinta años, sin comprender que el ecosistema ha variado de manera radical. Los que llegan aquí al máster ya tienen un cierto interés, pero el 65% de los alumnos son extranjeros. ¿Por qué? Porque en el extranjero esto suena más, la gente está más acostumbrada a escuchar y a leer sobre esto y porque en muchos países, incluidos los latinoamericanos, la gente se está poniendo mucho más las pilas que aquí. Pero no solamente los estudiantes, las universidades y también los medios de comunicación. Aquí, en España, lamentablemente está muy en ciernes. La única formación que hay en periodismo de datos y en un periodismo de investigación más moderno está en este máster y en talleres que se dan.

13.1.8. Entrevista a Mercedes Martín. Portavoz de la Guardia Civil de Madrid.

Localización: Comandancia de la Guardia Civil en Tres Cantos, Madrid.

Fecha: 25-2-2015



(Figura 262: Mercedes Martín)

Mercedes Martín entró con dieciocho años en la Guardia Civil. Pertenece a la segunda promoción de mujeres que ingresaron en la Academia. Lleva como portavoz de la Guardia Civil de Madrid desde el año 1999. Es licenciada en periodismo.

P. ¿Cuál es el procedimiento oficial cuando un periodista pide vuestra colaboración?

R. El procedimiento oficial es que tiene que autorizarlo la Dirección General de la Guardia Civil. La Guardia Civil tiene una oficina de relaciones informativas y sociales a nivel de Dirección General que es la que nos coordina a todas las oficinas periféricas que estamos ubicadas en cada comandancia. Cuando se solicita, o se quiere hacer un reportaje en el que se le pide que aparezcan las unidades de la Guardia Civil, es a la Oficina de Relaciones Informativas y Sociales (ORIS) a quien le compete, previa consulta a quién ellos consideren oportuno autorizar o denegar ese reportaje. Una vez que vienen autorizados, nosotros lo que hacemos es establecer el contacto directo con los interesados para ver lo que necesitan. En unos casos no podemos acceder a todo lo que solicitan por evidencias operativas, porque al final nosotros somos guardias civiles, y como tales, para nosotros prima la investigación, pero también somos conscientes de que todo aquello que no se vea fuera no existe. Muchas operaciones pueden ser muy buenas, pero si al final no acaban en los medios de comunicación, no se ve reflejado el trabajo que ha hecho la Guardia Civil. Por lo tanto, lo que intentamos es llegar a un acuerdo con ese medio de comunicación para que entiendan lo que nosotros no podemos dar o facilitar y lo que se puede hacer.

P. ¿Tenéis algún manual de actuación?

R. Lo que hacemos en el gabinete de comunicación es que nos tenemos que formar. Somos guardias civiles, aunque posteriormente nos hemos ido especializando e incluso hemos obtenido la carrera de periodismo. Pero yo cuando entré aquí no tenía conocimientos de periodismo, yo era guardia civil, que por razones del destino acabé coordinado una oficina de prensa en una comandancia. Tenemos formación y aparte, tenemos decálogos que marcan un poco las pautas que se tienen que seguir a la hora de actuar, pero también son decálogos que cambian, como cambia la vida, la sociedad y la forma de hacer las noticias.

P. Vosotros buscáis darle publicidad a vuestro trabajo pero, ¿qué buscan los periodistas?

R. El periodista cuando viene aquí, sobre todo cuando hablamos de tareas de investigación, lo que quiere es estar al filo de la actuación al completo. Si se hace una entrada y registro, ellos quieren estar cuando se hace, y nosotros, principalmente por seguridad, a veces, no se puede. Por eso al final nosotros

acabamos grabando las operaciones. Yo por seguridad no me puedo responsabilizar de que un cámara, vayamos a hacer una entrada y registro, y haya algún desenlace desafortunado y pueda acabar con una pedrada, en el mejor de los casos, o que haya un tiroteo y esas personas, que son ajenas a la Guardia Civil, resulten heridas. Ellos quieren llegar hasta el final y nosotros tenemos que preservar la seguridad, y no nos gusta que estén a hasta ese punto.

P. ¿Desde cuando grabáis las actuaciones?

R. Yo llevo grabando actuaciones desde el año 2000. Lo que ocurre es que han cambiado tanto los formatos... Empezamos con las típicas cintas de 8 mm, luego a las MINI DV y ahora ya es en formato digital.

P. Te voy a poner un caso práctico. Un programa tiene la información de que en unos talleres textiles se está explotando a los trabajadores. Os lo comunican y os piden, de alguna forma, colaborar con vosotros ¿cómo actuáis en esos casos?

R. Nosotros lo que solemos hacer cuando un periodista nos ofrece una investigación, a ver, si es una información judicializada, tenemos que comunicárselo a la autoridad judicial, pero se llega al acuerdo tácito. Normalmente se respetan las partes. El periodista, la información que nos da es muy valiosa, lo que nos da nos permite hacer una labor de investigación centrada en unos objetivos muy claros y demostrar la ilegalidad, para que luego la autoridad judicial nos conceda la entrada, registros y la actuación policial que tenemos que hacer y, evidentemente, eso es un trabajo de investigación que tenemos que respetar. Lógicamente, si luego es una operación que tienen características para poder ofrecerla más profundamente a todos los medios, también se hace, pero nosotros respetamos, y no es la primera, ni la última vez, que se trabaja de esa manera con un periodista.

P. ¿Qué ventajas encontráis en esa cooperación y que desventajas?

R. La desventaja es que al final el periodista por presiones, que también existen, tenga que dar esa información antes de que termine la investigación. Alguna vez pasa. Entendemos que en los medios de comunicación hay una presión muy fuerte por la exclusividad y por ser el primero en dar la información. Ese es el riesgo que se corre, pero bueno, es algo que hay que estar dispuesto a hacerlo. Y la ventaja es que tenemos la información de primera mano e incluso nos ofrecen imágenes que luego no se pueden utilizar judicialmente, pero que si es cierto que con esa información se puede trabajar, y que te evita muchos pasos, que en

ocasiones te cuestan meses hasta llegar a ese punto, si no lo tienes. En esos casos hay que colaborar, y es necesario que colaboremos unos y otros.

P. ¿Dónde está el límite de esa colaboración?

R. El límite yo lo pongo en la seguridad. Para nosotros prima la seguridad. Yo no puedo permitir, que a una persona que no es guardia civil, le pase algo con un operativo nuestro. Y evidentemente, la legalidad. El juez es el jefe de la investigación. Si el juez determina el secreto de sumario, nuestra obligación es respetarlo escrupulosamente. Son nuestros límites.

P. Colaboráis bastante con el programa *Equipo de investigación*. ¿Ponme algún ejemplo en el que la cooperación haya sido exitosa?

R. Ha habido muchos. Exitosos al final son todos. Para nosotros es importante porque se ven facetas de investigación que normalmente no se dan, porque la imagen que nosotros damos a los medios suele estar tasada, normalmente no pasa de los dos minutos. Se puede hacer una rueda de prensa en la que se puede hacer un poco más de hincapié en el desarrollo de la operación, pero la información que se va a dar ronda el minuto. Por lo tanto es una información, que según la tipología del medio o las características que tenga, llega con un enfoque u otro, y tampoco se ajusta a la realidad de la investigación. ¿Qué permite un programa como *Equipo de investigación*, que es de una hora de duración? pues ellos intentan recrear de alguna manera todas las partes, la de los buenos y la de los malos. Cómo ha sido la investigación de la Guardia Civil entrevistándose con los investigadores. Lo cual es importante, porque no es igual nuestra función como portavoces, que los que han estado durante meses o años con determinados objetivos, que son los investigadores. Y esa es la parte que ofrece *Equipo de investigación* o programas de este tipo, que al final suelen reflejar mucho más cómo es el trabajo o las dificultades con las que nos encontramos.

El último tema que hicimos con ellos es un tema relacionado con Ana María Cameno, de tema de tráfico de drogas. Se conoció que había sido detenida Ana María Cameno, porque es una conocida narcotraficante, pero al final se contó el trabajo de investigación. Para mí es un éxito que se cuente, porque en definitiva se ve reflejado el trabajo de meses y meses y meses con personas que conocen muy bien como trabajamos, que tienen abogados que son muy buenos, que conocen como burlar las medidas de seguridad que ponemos. Entonces, para mí cuando ves que la imagen se ve reforzada, es un éxito.

P. ¿Y ha habido alguna vez que hayáis podido hacer la investigación en paralelo?

R. En el programa *Diario de...* yo recuerdo un caso de clínicas de estética que nosotros ya teníamos avanzada una parte de la investigación. Nos llegó la periodista, que había entrado en la clínica y nos denuncia el tema. Esa denuncia, que a nosotros nos llega, es la que nos permite encontrar el punto para finalizar la investigación y demostrar que efectivamente se estaban produciendo irregularidades [...]

P. ¿Te encuentras, dentro del cuerpo, gente que está en contra de esta colaboración con los periodistas?

R. En su momento sí me encontré, porque a parte de la fama de ser un cuerpo hermético, en los inicios, cuando se empieza a colaborar con los medios de comunicación, a dar información, si existía un recelo, pero hoy en día, todos somos conscientes de la necesidad que tenemos de colaborar y de cooperar. Porque si no se dice lo que hemos hecho, la gente tiende a pensar que no hacemos nada. Es necesario que la gente vea, como satisfacción personal, lo que ha hecho, y eso lo reflejan los medios de comunicación, cuando se hace una operación o se da a conocer un servicio.

P. ¿Las relaciones entre periodistas y policías han cambiado? ¿hay menos compadreo y más relaciones oficiales?

R. Nosotros somos guardias civiles, pero somos personas. Yo tengo en mi familia periodistas, y por decirlo de alguna manera, el compadreo existe, pero no es como existía antes. Antes algún jefe solía tener un periodista de referencia con el que tenía su café y le contaba sus historias, eso ha desaparecido. Si es cierto que ahora cuando se toma un café se convoca a todos los periodistas para tomar un café. Ahora no se hace con la intención de una exclusividad. Lo que si que había hace veinte años era que el periodista de referencia y el policía acordaban: yo te doy esta información y así me garantizo que me vas a tratar bien.

P. ¿Cuál es el principal inconveniente que os encontráis con los periodistas?

R. Las prisas. Nosotros lo que buscamos al final es resolver. A mi lo que me interesa es, antes de informar, tener bien asegurado, que la información con la que estamos trabajando ha llegado a buen puerto. Detener y que estén en prisión, esa es la finalidad. Que estén en prisión, o no, al periodista le da igual. Si hay una operación ellos lo que quieren es informar. Lo tenemos en el caso de la "Operación

púnica”, por ejemplo, que fue una locura. Porque al final no sólo somos nosotros fuente de información, es que hoy en día es el vecino, el del *twitter*, que esta contando que ha visto pasar a un coche de la Guardia Civil, y que en ese coche iba..., aunque sea mentira. El principal problema es la necesidad del ya.

P. No es lo mismo el periodista de sucesos, que necesita la información ya, que el periodista de investigación.

R. Nosotros trabajamos mejor con el periodista de investigación en ese sentido, porque al final es el tira y afloja, llegar al pacto de lo que yo te doy a ti te vale, y lo que tú me pides, yo te lo puedo dar. Con el periodista de investigación no trabajamos con las prisas, pero claro el periodista de investigación nunca tiene fin. Quiere todo.

P. Al final estáis condenados a entenderos.

R. Nosotros somos como un matrimonio, nos tenemos que entender sí o sí, porque nos necesitamos. El periodista nos necesita para obtener la información y para que le facilitemos su trabajo, y nosotros lo necesitamos para que se de a conocer cuando el trabajo se ha hecho bien y cómo se ha hecho.

13.1.9. Entrevista a Mercedes Milá. Periodista.

Localización: Calle Claudio Coello, Madrid.

Fecha: 20-5-2015



(Figura 263: Mercedes Milá)

Mercedes Milá lleva más de cuarenta años trabajando en la televisión. Ha pasado por decenas de programas y presentado muchos de ellos: *Dos por dos*, *Buenas Noches*, *De jueves a jueves*, *Queremos Saber*, *Más que palabras*. En la actualidad sigue presentando en Telecinco *Gran Hermano*. Fue la conductora del programa *Diario de...* desde su inicio hasta su finalización (2004-2014).

P. ¿Cómo recuerdas tu incorporación a *Diario de...*?

R. Yo lo recuerdo como si me hubiera tocado la lotería. Algo parecido a lo que me ocurrió en *Gran Hermano*. Aterricé en *Diario de...* para grabar un *off* de una investigación que estabais haciendo, porque os habían encargado seis programas; un tema sobre el maltrato psicológico en el trabajo. De un libro que había escrito Juan José Millás sobre una historia de una chica que se llamaba Nevenka. Me llamó Santi Botello (directivo de SALTA) para grabar ese *off*. La anécdota graciosa es que yo le dije: ¿cuánto me pagas? y el me dijo: no tengo dinero. Yo le dije: ¿qué te crees que eres una ONG? Yo no sabía nada de vosotros y cuando fui a grabar el *off*, os conocí. Y entonces fue cuando dije: no solamente no cobro, sino que trabajo gratis. Incluso pedí que consideraraís la posibilidad de trabajar con vosotros. Y a partir de ahí, nos casamos y duramos diez años.

P. ¿Cuáles eran los objetivos del programa cuando nació?

R. El objetivo del programa era hacer periodismo. Periodismo con p minúscula, y en la calle, que es lo que no hacía nadie en ese momento, y vosotros

eráis buenísimos para hacerlo. Yo estaba sedienta de eso, porque estaba haciendo *Gran Hermano*, y lo que le pedí a Paolo Vasile fue: hago *Gran Hermano*, pero a cambio pido que durante todo el resto del año pueda estar en la calle haciendo periodismo. Y resulta que unimos el hambre con las ganas de comer.

No había una declaración de intenciones, porque nosotros somos muy británicos. O sea, nosotros vamos haciendo y no hace falta escribir la Constitución. Vas trabajando y conforme vas trabajando vas dejando tu historia detrás. No es necesario escribir formatos en páginas de colores, con 500 gráficos o tablas para que te lo compre nadie. No. Nosotros éramos un grupo pequeño de periodistas, que fue haciéndose más grande, y los días nos iban indicando por donde teníamos que ir.

Me hace mucha gracia que digan: periodismo de investigación, pero, ¿qué es el periodismo si no es investigación? Es una perogrullada. Así que periodismo en la calle.

P. ¿Qué tenía de original el programa? ¿en que fue pionero?

R. A mí me parece que era diferente, porque algo tan básico como es el rigor y poner la oreja en la calle, en ese momento, no lo estaba haciendo nadie. Vosotros venías del equipo de Pepe Navarro, donde habías cosechado el éxito haciendo temas periodísticos muy potentes, y yo venía de toda una vida haciendo periodismo en televisión, pero a su vez en los últimos tiempos haciendo *Gran Hermano*. Éramos como mundos distintos, pero que se juntaban en el entretenimiento, en cierto modo. El periodismo que le llegara a la gente, pero no de forma aburrida, sino todo lo contrario. Entonces, eso hizo que las personas se empezaran a acercar a nosotros y nos depositaran su confianza, y tú recibieras todos los mails, cientos de miles, ofreciéndote temas. De hecho, hoy, 20 de mayo de 2015, esta mañana, me han vuelto a decir: ¿qué hago para enviar una denuncia a *Diario de...*? La gente sigue pensando que *Diario de...* existe, porque como hemos sido como el río Guadiana, que hemos entrado y salido de la tierra, siguen pensando que somos gente con crédito para confiar historias de alto voltaje. Y a mí se me llevan los demonios de pensar que ahora no podemos hacerlo.

P. ¿Cuál era tu rol en el programa? ¿habías hecho algo parecido a lo que se te propuso allí?

R. Exacto, no. Desde que me fui de deportes, que había estado haciendo temas en la calle, desde entonces había estado haciendo más bien platós, y por eso

no se parecía. Mi rol era estar al servicio de las indicaciones de la investigación. A mí me decían: hay que ir a grabar tal entrevista, hay que hacer tal “asalto” y casi no, para que me dejaran opinar, tenía que luchar a brazo partido, porque yo era, y muchas veces hemos hecho bromas de esas, la presentadora de turno a la que los periodistas de televisión nos consideran de segunda categoría. Lo que pasa es que yo era periodista, y como estaba harta de estar en redacciones, pues lo que buscaba era implicarme lo más posible. Poco a poco me fuisteis dando espacio y nos entendimos poco a poco. Tampoco yo tengo un carácter fácil, y yo creo que, al final, la aportación fue muy buena.

P. Tenías pautas, pero cuando llegabas a las entrevistas tenías libertad. ¿Te querías parecer a alguien?

R. Libertad total. Hubo una época, que nos dio por imitar a Michael Moore, te sentías como Michael Moore o como Erin Brokovich (la actriz de la película). Para mí Brokovich hubiera sido el ideal de el programa *Diario de...* Un puzle inmenso en donde hay muchas piezas, que es lo que acabamos haciendo. Yo fui aprendiendo, con el paso de los meses y de los años, a callarme, a escucharos, y mi libertad iba en el momento que se desarrollaban las cosas, siempre habiendo escuchado lo que me decíais antes. Yo he aprendido mucho en *Diario de...*, en el sentido de bajar mucho mi decisión unívoca. He escuchado, aunque luego en el momento de grabar decide quién está allí. Y he disfrutado enormemente en los “asaltos” y en las propias entrevistas grabadas. En ese momento, tu puedes hacer entrevistas basadas en lo que te dicen, porque eso es lo que es importante para el guión que está previsto, pero tienes delante un ser humano, y vas improvisando. Aunque la mayoría de las cosas más brillantes las quitabais siempre. Y no sé para que me molestaba en hacer malabarismos.

P. El papel que desempeñabas en *Diario de...* ¿lo habías visto en algún otro programa?

R. Nunca lo había hecho y nunca lo había visto en España. Por lo tanto, sí sentía que estábamos en un camino nuevo, y a mí eso me motivaba muchísimo. Es verdad, eso es así. Si eso lo haces con el apoyo total de la cadena vas muy lejos, si lo que notas es que cuesta que lo entiendan, que lo emitan bien, que lo promocionen bien, vas luchando más contra el viento que a favor de viento, que es lo que nos ha pasado en muchos momentos. Porque si yo ahora tuviera que decirle a Paolo Vasile, o a los directivos de Telecinco y de Cuatro, lo que pienso, es que no nos

aprovecharon suficientemente. Si ellos nos hubieran apoyado como apoyan en La Sexta a Jordi Évole, ahora mismo estaríamos en antena.

P. Entre las críticas que se hacían en aquella época al programa, una de las más recurrentes era que la participación de la presentadora era excesiva. ¿Qué opinas de esto?

R. Eso era un truco buenísimo. Estas haciendo televisión y por lo tanto no puedes dejar jamás de lado el espectáculo, porque puedes hacer espectáculo muy informativo, no hace falta escandalizarse por hacer periodismo del espectáculo. Entonces yo creo que me aprovechabais muy bien e incluso a veces exagerábamos la nota para que fuera un gancho para el resto de lo que venía detrás [...] Yo estoy orgullosa del trabajo que hemos hecho en *Diario de...*, no va a venir ningún crítico que me diga algo que me haga temblar ni una pestaña.

P. Hacías militancia de lo que denunciabas o defendías. ¿Lo hacías conscientemente? ¿qué buscaba el programa con eso?

R. Esa militancia va mucho con la manera que yo tengo de ser. Soy una persona que ante una situación de injusticia salto, o sea, como un fusible que se va, y vosotros no me poníais impedimento a eso. No me decíais: oye que tienes que ser más objetiva, como le han dicho a Jesús Cintora (presentador del programa *Las mañanas de Cuatro*). Y entonces yo lo fui acentuando. Fui cada vez más, porque entre otras cosas, veíamos que la respuesta de la gente era, “gracias, porque nos representáis”, y no puedes representar a nadie si no opinas de semejante barbaridad que estás denunciando. Así que creo, que en ese aspecto, se podría ser incluso más militante.

La objetividad, como la historia de las exclusivas, eso es del siglo XIX. Con la existencia de las redes sociales la objetividad no existe. Existe la información que te ilumina un rincón con una linterna. Un rincón al que no hubiéramos llegado jamás si no es gracias a la gente, porque *Diario de...* sin la gente no hubiera existido. Eso se fue acrecentando. Ahí sí que puedo ver una evolución del programa muy interesante, desde lo que era al principio nuestra decisión como periodistas a lo que al final la gente quería que fuéramos. Nosotros nunca dejamos de escuchar a esas personas y eso fue transformando el estilo del programa. Y más hubiera cambiado si estuviéramos en este momento. Porque mira, una de las cosas que más rabia me daba de *Diario de...* es que no había resultados de nuestras denuncias. Te acuerdas que yo siempre decía: ¿qué ha pasado? ¿qué ha ocurrido después? Yo creo que

está por hacerse el programa de televisión que explique qué pasa después de que hayan pasado las cámaras, qué ha ocurrido [...]

P. ¿Crees que todo el periodismo tiene que ser investigativo?

R. Si tu no investigas, no haces periodismo. Quién se inventó el adjetivo investigación, porque está utilizado como un adjetivo, ¿no? Me desconcierta.

P. ¿Cómo calificarías el periodismo que hacía *Diario de...* ?

R. Yo lo calificaría de periodismo riguroso, contrastado, investigando lo que teníamos entre manos. [...] Periodismo de investigación, siempre me ha chocado porque, para mí, ya no solamente en *Diario de...*, sino en el periodismo en general, o escuchas hasta dar con la clave de lo que estás explicando y eres justo, porque escuchas, y el escuchar a veces te cambia lo que estás haciendo, o si no, no estás haciendo buen periodismo. Estas haciendo un mal periodismo. A mi los titulares, las exclusivas, nunca me han interesado. La exclusiva es un término antiguo, de cuando no existían los cientos de miles de periodistas que son los que tienen un teléfono móvil [...]

P. ¿Crees que la televisión es un medio propicio para hacer este tipo de periodismo?

R. Sí, muy propicio. Porque las cámaras son brillantes cuando llegan a donde tienen que llegar y retratan lo que tienen que retratar. De ahí que a mí, una de las patas más importantes de *Diario de...*, que es la cámara oculta, me resulte tan atractiva. La considero una herramienta vital, tan importante como para un fotógrafo la máquina de fotos.

P. ¿Consideras que la cámara oculta se utilizó correctamente en *Diario de...* ?

R. Nosotros, como tanto tú como Alberto erais muy puñeteros, creo que nunca se utilizó mal, en ningún caso se utilizó mal. Siempre respetasteis hasta el final el derecho de anonimato necesario y se utilizó como había que utilizarlas. Lo que pasa es que, como siempre, hay muchos lugares comunes, la gente habla de las cámaras ocultas sin saber ni lo que dice.

P. ¿Hasta que punto condicionaba el trabajo de *Diario de...* el estar en una cadena como Telecinco?

R. Claramente. Había temas que no podíamos tocar. Si por ejemplo había una campaña de publicidad de *Corporación Dermoestética* y paralelamente recibíamos una denuncia sobre esta empresa, nosotros mismos nos autocensurábamos porque sabíamos que allí había mucho dinero que se recibía por

publicidad. Y como esa pues el *Corte Inglés*, *Zara*, cuanto más potente era la empresa, menos opción para informar sobre ella. Que eso es muy triste.

P. Eso desde el punto de vista de la censura pero, ¿existía la presión de conseguir unos datos de audiencia determinados?

R. Yo no recuerdo que tuviéramos presión por conseguir unos datos de audiencia. Lo que teníamos nosotros era el prurito y queríamos conseguir esos datos y de hecho conseguimos datos muy buenos, que nos hicieron muy respetables. Lo que pasa es que luego, técnicamente nos dañaron porque nos movían de día y de hora, no nos emitían cuando decían que lo iban a hacer. Yo creo que *Diario de...* fue una sorpresa para los propios directivos de la cadena, que además les venía muy bien tener un programa de estas características, precisamente cuando salieron a bolsa, para acallar otros programas más vergonzantes para ellos. Hombre, siempre te decían: cuidado, cuidado, pero es lógico, y eso lo respeto por parte de los directivos de una cadena privada.

P. ¿Crees que los directivos apostaron por *Diario de...* ?

R. No, no. Lo que pasa es que yo me sentí tan unida y tan fuerte con el equipo, que el respaldo lo echaba mucho de menos, pero me lo echaba a la espalda. Hasta que llegó un momento que me dañó de verdad esa falta de apoyo. No, no nos respaldaron nunca, nunca y algún día lo diré, cuando ya lo pueda decir, porque hasta ahora no lo podía decir porque podía dañar la continuidad del programa [...] Alguna vez si me gustaría decir la verdad, pero tampoco quiero llorar, que la gente diga esta se está quejando porque el programa no fue bien. Porque además es muy fácil manipular los datos, de lo que fuimos, es tan fácil coger unos datos y extrapolarlos, y no dar el dato en función del momento y en comparación de los programas que se emitían en ese momento. En el instante en que escribes la letra pequeña la gente ya no te escucha. Sí creo que nos faltó el apoyo de la cadena. Y es más, yo creo que Mercedes Milá presentadora de un programa como *Gran Hermano*, que les ha dado tantísimo dinero y tantísimos buenos resultados, y lo que ha significado empresarialmente, me merecía mayor atención, ya no cariño, que el cariño lo tengo de Paolo Vasile, pero merecía mayor consideración. O sea, está tía se está metiendo de verdad en el barro, vamos a apoyarla a muerte. Eso sí lo he echado en falta.

P. ¿Y por qué crees que pasó eso?

R. Yo he llegado a pensar que lo daban por hecho. Como que era el precio que había pagar por tener *Gran Hermano*. Yo creo que tampoco les importaba demasiado, es más, yo creo que muchísimas veces no veían el programa, y al no verlo, no pueden valorar lo que allí estábamos haciendo. No tuvimos la respuesta de las redes, hasta que ya llevábamos siete u ocho años y, por lo tanto, no les pusimos colorados a tiempo. Porque si nosotros hubiéramos tenido el programa en este momento, la gente hubiera dicho: ¡madre mía lo que están haciendo en *Diario de...*! [...] Estoy segura de que, hoy por hoy, si *Diario de...* naciera ahora, tendríamos otro apoyo. Las redes sociales exigirían a la cadena que tuviera otro trato con *Diario de...*, estoy convencida.

P. A pesar de la falta de apoyo el programa se mantuvo diez años en antena. ¿A que crees que fue debido?

R. Es un récord histórico. Hay dos explicaciones. Una la que dais vosotros y otra la que doy yo. La que dais vosotros es que el compromiso verbal y moral de Vasile conmigo era que nosotros somos la ONG de Mercedes Milá, y entonces, mientras ella haga *Gran Hermano*, nosotros viviremos. Y yo os digo, que al final tuve razón yo, porque el programa terminó y *Gran Hermano* sigue. Por lo tanto, yo más bien tiendo a pensar que el contenido de *Diario de...* se iba acreditando muy poco a poco, pero de manera muy sólida, y por eso aguantábamos. Y además, teníamos de nuestro lado muchos de los directivos de segundo nivel, y esos son los que al final, en las reuniones de programación dicen: oye que esta gente está haciendo cosas muy interesantes y nos defendían. Pero vosotros no tuvisteis razón, porque se acabó el programa y yo voy a hacer *Gran Hermano* 16.

P. ¿En algún momento pensaste en romper ese acuerdo verbal que tenías?

R. Jamás. Jamás de los jamases. Yo soy una tía fiel. No me pongo roja al decir que soy una tía fiel. Cuando una cosa me gusta no me muevo [...] Lo que a mí me ha dado *Diario de...* es tanto, que ni con un celemín podría encontrar yo una horma de zapato parecida.

P. ¿Crees que *Diario de...* sirvió de referente, fue copiado, abrió camino?

R. Está clarísimo que sí [...] Nosotros como periodistas sabíamos que nos metíamos en una aventura nueva y abrimos un camino. Y aunque la vida tarda en reconocerlo, tarda, sí nos dicen ahora: es que vosotros abristeis un camino nuevo.

Hicisteis un trabajo nuevo. Los periodistas que empiezan en la facultad quieren ser como los periodistas de *Diario de...* Y eso es así, no me lo invento yo.

P. ¿Crees que el programa *Salvados* tiene cosas de *Diario de...*?

R. No. Yo creo que el que más se parece es *Equipo de investigación*. *Salvados* es genuino. *Salvados* es un programa muy, muy, muy cojonudo, la verdad. Tiene una cosa que nosotros nunca tuvimos y es la actitud de Jordi Évole, como de coña marinera permanente y de lejanía, que yo no tengo. Todo lo contrario de lo que me decías antes. Él no se compromete y yo tengo delante al militar que tuvo él, que nosotros también hicimos en su momento, de los abusos a la soldado ("Zaida, la historia de una derrota"), y yo me como las estrellas del militar [...]

Él tuvo la oportunidad de explicar cómo fue la gestión para conseguir las entrevistas. Nosotros lo hubiéramos explicado. Creo que el futuro del periodismo en televisión, en este tipo de programas, va por ahí. Hay que explicarle a la gente, y de hecho eso era *La Redacción*: explicarle a la gente cómo se hacen las cosas. Para bien y para mal. A veces explicaríamos muchas impotencias, y a lo mejor, caminos que no condujeron a nada, pero en cambio, hay veces que puedes explicar una historia que dejas a la gente más enganchada que con el propio tema de ese programa.

P. Hay dos cosas que diferencian a *Salvados*, Jordi Évole y el apoyo que tiene de la cadena, ¿no crees?

R. Eso no es apoyo, es que tienes de amante a *La Sexta* contigo, que hace lo que quiera. Tiene el apoyo más absoluto, y como tal, han sido dos sinergias que se han unido y ha sido de una potencia extraordinaria, pero también quiero resaltar una cosa de *Salvados*, que a mí me parece muy interesante, y es la ejecución técnica, la realización; la utilización del grafismo, la utilización de la iluminación, la forma de montarlo, la forma de buscar las localizaciones de las entrevistas. Muy interesante. Una vez que adquieres esa credibilidad, puedes permitirte el lujo de irte a Finlandia a explicar como es el sistema de educación finlandés, que es el mejor del mundo, y la gente lo ve. Sobre el papel, le dices a alguien que la semana que viene vamos a comenzar a investigar el sistema educativo finlandés, y nosotros te diríamos ¿perdona? [...]

P. ¿Por qué crees que *Diario de...* nunca obtuvo premios significativos?

R. Pero eso va conmigo. Eso la culpa es mía. Olvidaros. Desde que empecé *Gran Hermano*, el desprestigio de mi persona es tan grande, que ni a *Gran Hermano* ni a *Diario de...* le han dado ningún premio significativo.

P. Sin embargo tú obtuviste uno, un Ondas.

R. Ese fue un Ondas vergonzante. Me lo dieron para callarme la boca. Le damos un Ondas por su carrera, cuando yo tenía cincuenta y tantos años y lo dieron para no dárselo a *Gran Hermano*. Se lo dije a Jesús de Polanco (fundador de PRISA) en el Liceo.

Ahora bien, también te digo, si la cadena hubiera apostado por nosotros y nos hubiera presentado como Dios manda, en tiempo y con los apoyos necesarios para conseguir un premio, que todos sabemos que los premios no se consiguen así a la brava. Una vez que ya estás en la cresta de ola te da premios todo el mundo, pero si no, te los tienes que currar y a nosotros no nos ayudó nadie. Nosotros no teníamos tiempo, íbamos a lo que estábamos, nuestro trabajo, y no nos ocupábamos de conseguir premios. Es otra injusticia.

P. ¿Qué cambiarías de lo que se hizo en *Diario de...* ?

R. Yo creo que fuimos cambiando las cosas conforme hacía falta cambiarlas. Yo no me atrevería a decir mucho, porque lo que pensaba, lo pusimos en marcha que fue *La Redacción*, que es explicar cómo se hacen las cosas. Y explicar la post denuncia.

P. ¿Cuáles fueron las causas de el final de *Diario de...*?

R. El programa se fue cansando de la no emisión. Nos fuimos agotando de hacer temas que se envejecían porque no se emitían. Eso fue muy duro y eso no se lo deseo a nadie porque hace que las ganas de los periodistas, que trabajan dentro, de seguir investigando, se van mermando porque ves que no puedes llegar al público y no hay una respuesta de la gente porque no estás emitiendo. Eso es peligroso, esa es la muerte. Yo creo que hubo una decisión casi con alevosía: vamos a dejarles morir y cuando ya el programa esté tan muerto que nadie se fije en él, entonces, lo quitaremos. Nos dejaron morir, proyectando el programa en días muy malos contra otros programas muy potentes, sin la suficiente promoción. Yo tuve que arrancar, entrar en directo en programas de la cadena, inventándome las cosas más peregrinas para poder decir que esa noche se emitía *Diario de...* No fue una muerte por el contenido del programa, yo creo que fue una muerte por carencia de apoyo y por mala programación.

13.1.10. Entrevista a Mark Wieting. Periodista de investigación.

Localización: Hotel Confortel, Madrid

Fecha: 17-4-2015



(Figura 264: Mark Wieting)

Mark Wieting comenzó como reportero en El Mundo TV a finales de 1998. Formó parte del equipo de *Primera Línea* y fue autor de algunos de los mejores reportajes que realizó la productora para cadenas como Antena 3 TV y Telecinco: “Las mafias de estrecho”, “Niñas de alquiler” o “Yo mendigo”. Trabajó en el programa magazine de reportajes *7 días, 7 noches*. En el año 2007 fue nombrado director de investigación de El Mundo TV. En esa etapa produjo “La fábrica de bebés” y “Niños robados” para Antena 3 TV. En el año 2012 recaló en el periódico *ABC* para hacer trabajos de investigación. Su último empleo ha sido como productor en el programa de reportajes de La Sexta, *En tierra hostil*.

P. ¿Recuerdas cómo fueron los comienzos de la productora El Mundo TV?

R. Comenzó llamándose Nexum. (50% de Unedisa y 50% de Europa Press). A nosotros, de hecho, Europa Press nos proporcionaba los medios técnicos, la oficina, la redacción, y el personal era de Unedisa (propietaria del periódico *El Mundo*). Era una empresa formada por Melchor Miralles y Chema Bautista (director de Europa Press). Lo primero que hizo esta productora, con una realizadora, que era Marta Rivas, y dos redactores, fueron piezas para el informativo de fin de semana de Telecinco. Les hacíamos tres piezas a la semana, de temas un poco más en

profundidad, y donde se empezaba a utilizar la cámara oculta. Estamos hablando de finales de 1998. A mí me llaman en diciembre del 98 y me dicen que me incorpore porque tienen idea de hacer más cosas. Las piezas que se hacían para el informativo eran las más vistas del programa, y entonces se veía que esto tenía sentido.

A partir de ahí deciden hacer algo más en serio y apuestan por un proyecto más grande, y es hacer un reportaje de investigación. El primer reportaje de investigación que hicimos, de cuarenta o cincuenta minutos, se realizó en Paraguay y era sobre el tráfico de bebés. En ese momento el equipo éramos Fernando Quintela, Marta Rivas y yo. Se hizo el reportaje, se ofreció a Antena 3 TV, y les encantó. Era algo diferente. Se empleaba la cámara oculta. Nunca habían visto una investigación con cámara oculta como la de este reportaje, donde al final las personas investigadas aparecían grabadas con cámara ENG. Al principio lo que se quería era que, tras la investigación, un segundo equipo abordara a los implicados. Un poco lo que se hacía también en *Diario de...* El resultado fue un éxito tremendo, y a partir de ahí, es cuando nace El Mundo TV; como productora que se dedica a hacer reportajes de investigación. Con Antena 3 TV se cierra un contrato para hacer una serie de reportajes. En un año, cinco o seis reportajes. Y ahí es cuando nace El Mundo TV. Estamos hablando del año 1999.

P. ¿Ahí es cuando nace *Primera Línea*?

R. Sí. Al equipo que empieza a hacer este tipo de reportajes se le llama *Primera Línea*.

P. ¿Cuánta gente lo formabais?

R. Se ficha a Santiago Acosta, como subdirector. Un productor, Hugo Serra, que era el que hacía las cámaras ocultas y otro redactor, Hary Camino. Luego fue creciendo porque hicimos un programa para la televisión valenciana que se llamaba *PVP*, de consumo, con cámaras ocultas, y ya se tuvo que ampliar el equipo.

P. ¿Por qué crees que *El Mundo*, que había sido pionero en la investigación periodística en prensa, da ese salto a la televisión?

R. Yo creo que la clave es Melchor Miralles, porque era uno de los referentes en el periodismo de investigación en prensa. Había destapado el GAL recientemente, y él quería explorar otros campos. Y después de dirigir *El Mundo* en el País Vasco, dijo: yo quiero dar el salto a la televisión. Está claro que si hacía eso

en *El Mundo*, iba a hacer reportajes, como los que se podían leer en el periódico, pero en televisión.

P. ¿Por qué empezáis a utilizar la cámara oculta?

R. Yo creo que Melchor Miralles y Fernando Quintela fueron los que empezaron todo esto. Era algo que todavía aquí no se estaba llevando a cabo. Vieron cosas fuera. Yo no lo llegué a ver, pero me comentaron que les influyó un reportaje americano en el que se grababa con cámara oculta el tráfico de armas. Luego, al final, en una cita con los traficantes, en lugar de llegar los supuestos compradores llegaba un equipo de televisión. Eso es lo que ellos querían hacer. Yo creo que dijeron: si hacemos reportajes para la televisión tienen que ser muy impactantes, y algo diferente, que no se haya hecho. Y los primeros reportajes que hicimos iban por esa línea [...]

P. ¿El Mundo TV fue pionero en algo?

R. Fue pionero a la hora de emplear la cámara oculta en los reportajes de investigación. Porque antes se había hecho, pero no había una productora especializada en este tipo de reportajes de investigación de cincuenta minutos. De hecho, la gente se ponía en contacto con nosotros para pedirnos información sobre las cámaras ocultas, dónde las conseguíamos.

En ese momento nosotros acertamos a la hora de hacer ese tipo de cosas. Teníamos un departamento de dos personas que estaba dedicado únicamente al cuidado, fabricación y al desarrollo de cámaras ocultas, que eso hace más de quince años era nuevo. Cada vez que salía alguien a una grabación se dedicaban a testar que la cámara oculta estuviera bien, si había fallado, por qué había fallado, reparar la cámara.

P. ¿Qué reportajes señalarías como emblemáticos de aquella época y por qué los consideras de investigación?

R. Yo en aquella época participé en varios. Un reportaje por el que se me conoce mucho, y todo el mundo siempre habla, es el primer reportaje de investigación que hice. Era sobre las mafias en Marruecos, que están ahí para cruzar el estrecho en patera. Yo el primer reportaje de investigación que hice fue ese. Yo cruzo el estrecho en patera con otro periodista de la productora (Hary Camino). Nos detuvo la Guardia Civil. Era un reportaje donde realmente queríamos investigar qué hay detrás de esa gente, quiénes son los que hay detrás de esas pateras. Al final pudimos demostrar cómo se organizan esos viajes. Fue una pena

que parte de ese material no pudo ver la luz porque se mojaron las cámaras durante el trayecto. Había una cámara que tenía un material muy bueno de los militares marroquíes que eran los que te daban la luz verde para poder realizar el viaje. Nosotros contactamos con una red que organizaba los viajes en patera, pero antes de partir, tenías que pagar a la policía (militares marroquíes), y eso nosotros lo grabamos. Darnos tanto dinero y una vez que nos paguéis, ya podéis salir. Estaba muy bien porque ahí se demostraba realmente de qué forma pueden organizarse estos viajes, y cómo, realmente, el gobierno de Marruecos estaba metido en todo esto. Fue una pena que al final no se pudieran ver esas imágenes.

Cuando llegamos nos detiene la Guardia Civil, y nos detiene por haber cruzado el estrecho en una patera. Dicen que a lo mejor hemos podido organizar el viaje nosotros. Al día siguiente tuvimos que declarar ante el juez. Al final no pasó nada, pero el poco material que teníamos de la travesía nos lo confiscó el juez. Era un minuto, pero había imágenes de cuando llegamos a la playa. La gente empezó a correr, y eso, sí que queríamos utilizarlo, pero al final no lo pudimos emitir. Estuvo muy bien porque Ernesto Sáenz de Buruaga, que era el director de informativos de Antena 3 TV, abrió el informativo con nosotros, los detenidos. De esa época es el reportaje más duro y en el que se investigó una cosa que no se había hecho hasta ese momento, las mafias del estrecho.

P. ¿En el reportaje de Panamá también participaste?

R. En el de Panamá y Costa Rica tratamos el tema de la prostitución infantil. Allí lo que hicimos fue dar con la mayor proxeneta que había en el país. Era la gran *madame* que te podía facilitar menores de edad porque controlaba una red enorme. Ahí fue el único reportaje de investigación donde nos pillaron la cámara oculta. Y eso aparece reflejado en el reportaje. Nos dijo: ¿por qué me estás grabando con una cámara? Esta persona lo tenía clarísimo. Fue una situación muy complicada, porque cuando se dio cuenta estábamos en el interior de su coche con su marido. Ella se imaginaba que éramos policías. Y ella también estaba muy nerviosa. El compañero que iba conmigo le dijo que estábamos grabando porque los empresarios españoles, que habían hecho el encargo, querían ver a las niñas. Eso nos sirvió para poder bajar del coche, pero inmediatamente nos llamó y nos dijo: quiero todo el material grabado. Nosotros le dijimos que se lo daríamos al día siguiente, y nos dio tiempo a salir del país esa mañana.

P. La cámara oculta era básica para vuestros reportajes. ¿Siempre teníais la premisa de utilizarla?

R. Como los primeros reportajes tuvieron tanta repercusión y tanto éxito, al final, la cadena, lo que te pedía es que se empleara la cámara oculta y el público en general, la audiencia, también lo demandaba. Y lo que teníamos claro es que los temas que abordábamos eran temas muy duros y complicados, y sin una cámara oculta eran imposibles de realizar. El tráfico de bebés, el tráfico de órganos, tráfico de personas, tráfico de armas eran temas, que sin una cámara oculta, era muy difícil poder llegar a estos traficantes.

P. ¿Crees que hicisteis un uso correcto de la cámara oculta?

R. Hicimos muchos reportajes. Creo que si ponemos una balanza, seguramente, yo creo que la utilizamos correctamente en la mayoría de los casos. En algunos casos a lo mejor se abusó, porque también te pedían cámara oculta. La utilizabas en todos los reportajes y a lo mejor en algunos momentos podías haber prescindido de su uso, pues a lo mejor sí. A lo mejor podíamos haber conseguido la información de otra forma. Yo, en los reportajes que hice, siempre intenté que estuviera justificado su uso [...]

Durante los primeros años, a las personas que nosotros grabábamos con cámara oculta se les veía su rostro, se les identificaba. Luego eso fue cambiando, y a raíz de sentencias se obligó que a las personas que se les grababa con cámara oculta no se les podía identificar, y se tenía que ocultar el rostro [...]

Se intentaba ser muy meticuloso y muy cuidadoso con este tipo de cosas. Y sobre todo en el tema del País Vasco. Recuerdo que grabamos en una *herriko* taberna y se tapó todo, no se identificaba nada.

P. ¿Qué opinas de la técnica de la infiltración?

R. Sí que está justificado que ocultes tu identidad, si realmente lo que vas a denunciar merece la pena. Eso se ha hecho, y además, se ha hecho siempre. Yo también soy crítico cuando la cámara oculta se usa indebidamente. Es una herramienta más que tienes para realizar tu investigación y la tienes que utilizar bien. En la BBC hay un programa que es *Panorama* que utiliza la cámara oculta. Y es la BBC, que es el gran modelo de televisión a nivel mundial. Y ellos cuando hacen investigaciones actúan como lo hemos hecho nosotros. Para poder denunciar no somos periodistas, somos otras personas que hemos ocultado nuestra identidad para poder conseguir la verdad.

P. ¿Qué características crees que debe tener un reportaje de investigación en televisión?

R. Debería ser un tema que tenga un gran interés social y que realmente alguien nos esté ocultando información; que haya pruebas que nos estén ocultando y que no podamos tener acceso a ellas de una forma normal. Un ejemplo muy bueno de reportaje de investigación es el de la “Fábrica de bebés”, que es uno de los últimos reportajes que hice como director, y que es un buen ejemplo de lo que es un reportaje de investigación.

P. ¿Por qué?

R. Es un tema donde hay muchísimos afectados, cientos no, miles de familias que estaban desamparadas, que no sabían que hacer, adonde acudir, que estaban desesperados. Yo creo que ahí el periodista, una de sus funciones es esa, a través de nuestros medios poder dar voz a esta gente y poder destapar una serie de cosas donde les han engañado. Y es un reportaje donde había una serie de pruebas que nadie te facilitaba porque había sucedido hacía muchos años, y donde no había documentos. Y los autores de esos documentos los habían quemado.

P. ¿Cómo empezasteis esa investigación?

R. En mi etapa en la dirección de investigación estábamos haciendo reportajes, pero no teníamos infraestructura. Yo tenía una pequeña redacción y como ocurre en estas cosas, veo que van saliendo informaciones, que salen en *Espejo Público* afectados, pero sin ir más allá. No hay un mayor desarrollo. Empiezo a investigar, veo lo que ha salido publicado por ese posible robo de bebés y veo que la única periodista que investigó fue María Antonia Iglesias, que lo sacó en *Interviú* en los años 80. Veo que *El País*, Jesús Duva, es el único y otra persona más, que saca informaciones sobre esto, pero hay poco más. A partir de ahí empezamos a investigar, con otra chica que estaba en el equipo (Rocío Soriano), y vemos que muchos de los nombres que aparecían en las informaciones estaban vivos todavía; como era el caso de la monja y el caso del doctor Eduardo Vela. Lo que hicimos fue ponernos en contacto con ellos y les grabamos con cámara oculta. Poco a poco fuimos consiguiendo más testimonios. Recuerdo el testimonio impresionante de una funcionaria del hospital que había sustituido a sor María y que nos explicaba los casos de robos que se habían producido. Una vez que ya construimos un borrador se lo ofrecimos a las cadenas. Primero fue Telecinco. Les gustó mucho, pero querían que consiguiéramos el reencuentro de una madre con una hija. Yo les dije

que eso se podía conseguir, pero que era cuestión de tiempo. Les dije que con lo que teníamos se podía hacer un buen reportaje, y que con la repercusión que tuviera, seguramente, llegarían muchos casos y se podía desarrollar más. Ellos no lo vieron así, y en Antena 3 TV lo compraron y se emitió al poco tiempo. Luego se hizo una segunda parte “Niños robados”.

Nosotros hicimos los dos primeros reportajes de investigación en profundidad para televisión. Luego se hicieron eco muchos medios. Fue realmente un bombazo y muchos medios extranjeros se pusieron en contacto con nosotros. La BBC hizo un especial de niños robados y estuvieron con nosotros. Les nominaron a un premio en su país aunque no se lo dieron. Canal+ Francia también hizo un especial de esto.

P. ¿Y a nivel judicial también tuvo mucha repercusión?

R. A nivel judicial, lo que supuso el reportaje fue que miles de familias se pusieran en contacto, denunciaran. A partir de ahí la presión mediática sirvió para que se aceptaran muchas denuncias que no estaban siendo atendidas. La monja y el doctor Eduardo Vela tuvieron que ir a declarar, y recientemente, otro doctor, que nosotros también grabamos, Ignacio Vila, también tuvo que declarar [...]

P. También trabajaste en prensa algún tiempo, ¿cuál es la principal diferencia que encuentras con la televisión?

R. Mi experiencia fue que en prensa hay menos tiempo. En los primeros reportajes de investigación para televisión que nosotros hicimos tuvimos mucho tiempo, y eso era clave para que el resultado fuera el que fue. El reportaje de “Yo mendigo”, que hice para Telecinco, me tiré siete u ocho meses trabajando en ese reportaje. Otro que hice sobre los supermercados de la droga, que hice en varias partes de España, investigando cómo eran estos sitios, estuve varios meses también. Al principio estábamos mucho tiempo. Luego eso cambió. Menos tiempo, las cadenas te piden reportajes para ya, y eso al final se nota. “La fábrica de bebés” es otro ejemplo de reportaje que lo pudimos hacer con mucho tiempo. Estuvimos cinco meses hasta conseguir el material. Luego una vez que lo ofrecimos, estuvimos dos o tres meses más.

P. ¿Qué ha sido lo más difícil a la hora de realizar este tipo de reportajes de investigación?

R. En mi etapa como director de investigación sí que notábamos mucho la cadena, las trabas que te puede poner, los condicionantes que te podrían marcar a

la hora de hacer el reportaje. Los cambios que te pedían. Y eso sí que al final se nota.

P. ¿Cuéntanos alguna experiencia en ese sentido?

R. Cuando nos infiltramos en la izquierda radical *abertzale*, en el País Vasco. Al final, lo que suele ocurrir, la cadena dice: este reportaje sí lo quiero. Ven el contenido y lo que quieren son cosas más bestias. Se piensan que la *kale borroka* está todo el día quemando contenedores. Eso significa que te cambia tu producción totalmente. Tienes que volver al País Vasco y tienes que conseguir más cosas. Al final, nos vino bien porque pudimos estar en el recibimiento de presos de ETA. El reportaje se llamaba “Los tentáculos de ETA”.

P. En cuanto a la temática, son muy recurrentes los temas relacionados con la prostitución, las drogas. ¿Crees que las cadenas, en cierto modo, nos lo exigen o nosotros no somos lo suficientemente originales para presentar otras cosas?

R. Son temas que funcionan bien en la televisión, que generan buenos datos de audiencia y a las cadenas les interesan este tipo de contenidos. También son temas, ambientes, círculos, donde el periodista de investigación se puede desenvolver bien, y que si se mete en otro tipo de investigaciones lo puede tener más complicado. A nosotros sí nos decían: a ver cuando hacéis temas políticos. Yo creo que en estos momentos los temas políticos y económicos la gente los ve más, y ahora los haríamos. En aquellos años las cadenas no apostaban por ello. Nosotros hicimos un reportaje sobre los negocios del fútbol, que fue un tema que estuvimos mucho tiempo investigando, y al final tampoco fue un reportaje que tuvo una gran repercusión, y había una investigación muy interesante. También puede ser culpa nuestra. Yo creo que si a la gente le presentas estos temas de una forma atractiva los vería. Un ejemplo de esto es el programa en el que he trabajado recientemente, *En tierra hostil*. Los temas son muy lejanos, en países como Malí, el Congo, pero al espectador se le da el tema bien trabajado en guión y edición, y se consigue que le parezca interesante lo que pasa en una minas de coltán, en el Congo.

P: ¿Consideras *En tierra hostil*, un programa de investigación periodística?

R. Tiene partes de investigación, elementos de investigación. Queríamos encontrar historias inéditas de españoles que estuvieran viviendo en sitios hostiles, complicados. Ahí hay un trabajo de investigación, sobre todo para poder localizar a estos españoles y poder llegar hasta ellos, fue complicado. Y ahí había un trabajo

previo de investigación importante porque la gente que se dedica al comercio del coltán son empresas, y no era fácil saber quién está detrás de esto.

P. Tú trabajaste en el programa *7 días, 7 noches*. ¿Cuál es tu recuerdo?

R. Yo estuve desde el comienzo y tengo un recuerdo muy grato de aquella época. Creo que fue cantera de grandes periodistas que ahora están haciendo cosas muy buenas. El director de *La Sexta Noche*, Juanra Gonzalo, Eva Tribiño (subdirectora de informativos Telecinco), Jalis de la Serna y Alejandra Andrade (Productores y reporteros de *Encarcelados o En tierra hostil*). La primera etapa la produjo El Mundo TV, que fue el primer año de emisión.

P. ¿Cuál era la idea original del programa *7 días, 7 noches*?

R. Yo creo que se quería hacer un programa magazine que se pareciese a la revista *Interviú*. La idea era seguir ese modelo donde entrase de todo: contenidos interesantes, reportajes de investigación, otros que no fueran de investigación, donde no hay cámara oculta, y si te das cuenta al final siempre había un striptease. Y luego Teresa Viejo (directora de *Interviú* en aquellos años) presentó el programa. El director era Manuel Aguilera [...]

P. ¿Qué reportajes de investigación hicisteis para *7 días y 7 noches*?

R. ¿Qué hiciera yo?, el segundo programa, que fue un pelotazo. Grabé a Antonio Tejero con cámara oculta y este documento se ha repetido unas cuantas veces en televisión. Queríamos localizar a Tejero. Nos dijeron que estaba en un apartamento en Torre del mar, en Málaga, y allí se le podía localizar, que todas las mañanas paseaba por la playa. Y efectivamente, allí le encontramos [...] Esto tuvo mucha repercusión y lo utilizamos dentro de un programa especial que hicimos sobre el 23-F, donde usamos el material de *Crónica de una generación*. Las famosas llamadas que han dado mucho juego en Antena 3 TV, que las han emitido cuatrocientas veces y también esta cámara oculta de Tejero [...] A nosotros, a la productora El Mundo TV, *Crónica de una generación* nos sirvió para muchas cosas porque teníamos un archivo muy interesante [...]

P. ¿Luego pasaste al programa *El ojo público* de TVE 1?

R. Sí, yo ya era director de investigación. Hicimos un programa para Televisión española, *El ojo público*, que presentó Juan Ramón Lucas. Era un programa basado en un programa de Canal Nou, *PVP*, de consumo, que se hizo durante tres o cuatro años. Un programa de mucho éxito, con varios premios, y que en la Comunidad Valenciana estaban encantados con el. Nosotros decidimos

presentar la idea a TVE. Les gustó mucho el proyecto. Yo era el encargado de dirigir esos vídeos de investigación que salían en el programa.

Era un programa semanal y hacer investigaciones en semanas supone que sean muy superficiales. No te da tiempo a hacer gran cosa. Yo intentaba seguir el modelo de disponer de tiempo, pero era complicado. También intenté seguir el modelo de un programa de la BBC que hace programas de investigaciones de consumo de este estilo.

Hicimos algunos programas donde se hicieron buenos reportajes de investigación. Recuerdo uno, de una chica, que estuvo trabajando en un *Telepizza*, durante algún tiempo. Grabó cosas muy interesantes. Cómo en la cocina engañan al consumidor [...] Fue una investigación que tuvo gran repercusión, pero claro, al emitir eso teníamos el problema de las marcas. Si vas a hacer un programa de consumo tienes que tocar las marcas y eso creo que fue una de las causas de porqué el programa se terminó. Hubo una presión muy fuerte desde arriba porque los anunciantes, las marcas, se estaban quejando. Tocamos a *Viajes Marsans*, *Corporación Dermoestética*, *Telepizza*. Yo creo que ahora, que TVE no tiene publicidad, sí se que se podría hacer. Duramos doce o trece programas.

P. ¿Cómo director de investigación de El Mundo TV, desde el 2007 al 2011, que reportajes hicisteis?

R. Hicimos, lo primero, un especial para Antena 3 TV sobre “El solitario”: porque teníamos en exclusiva a la novia, que vivía en Brasil, y teníamos las cartas de “El solitario” con el periodista Matías Antolín. Y luego, con Telecinco, arrancamos con un programa que se llamó “Operación canguro”, que iba sobre pedófilos. Ese fue un reportaje que se hizo una operación policial y se detuvo al tío. Eso se lo ofrecí yo a Pedro Rebaldería (directivo de Telecinco). Vio el material, vio que esa mañana habían detenido al tío, y claro, le interesaba darlo cuanto antes. Y a los tres días, emitimos el reportaje especial, donde hubo plató y donde se tocó muy bien el tema. Fue el inicio de una colaboración con Telecinco. Hicimos cinco reportajes más.

P. ¿En cuestión de presupuesto y tiempo como funcionabais?

R. Estábamos muy apretados. Eran otros tiempos. Las cadenas ya pagaban menos por un reportaje de investigación. Antes se pagaba más, había más presupuesto y los podías hacer con otros medios. En esta época hablamos de realizar tres reportajes de investigación en seis meses. Teníamos unos 50 o 60.000 euros por cada reportaje y los podíamos hacer en dos o tres meses.

P. ¿A partir de 2007-2008 empezáis a notar la coyuntura económica?

R. Teníamos que vender reportajes de investigación aprovechando la pequeña infraestructura que teníamos en aquella época. Cuando hice el de “El solitario” había dos personas de redacción y yo. Y estas dos personas empezaron a tirar del hilo para cazar a pederastas en internet y al final pudimos dar con ese reportaje, y ya con ese reportaje pudimos firmar el contrato. Pudimos mantener la estructura y contratar a más gente que nos pudiera echar un cable. Se mantuvo un pequeño equipo porque la productora se quería mantener en el mercado.

P. En aquella época competíais con *Diario de...* ¿Cómo clasificarías el programa *Diario de...*?

R. Yo creo que era un programa de investigación puro y duro. Un periodismo de investigación muy arriesgado, muy útil para el ciudadano. Yo creo que nosotros estábamos siempre pendientes de lo que hacía *Diario de...* Al final siempre nos interesaba ver lo que hacía la competencia. Yo creo que *Diario de...* era un programa que acertó a la hora de ofrecer las investigaciones porque ya se habían hecho muchas cámaras ocultas, pero la forma en la que se mostraban era diferente. Yo creo que allí disteis con una fórmula acertada a la hora de presentar y empaquetar el programa bien.

P. ¿En que sentido crees que fue diferente a lo que había?

R. *Diario de...* utilizó algo que nosotros hicimos al principio que era intentar desenmascarar a esos malos. Y me acuerdo de varios programas en los que Mercedes Milá se enfrentaba con esos tipos a los que habíais grabado con cámara oculta. Yo creo que eso fue un acierto y el contar con una periodista como Mercedes Milá, independiente, que tiene arrojo, a la gente le gustó. Yo creo que eso los explotasteis bien.

13.2. Documentos aportados por el doctorando

13.2.1. Tabla de todos los reportajes emitidos por *Diario de...* en su etapa en Telecinco con Mercedes Milá como presentadora

Reportaje	Fecha	Share
1. "Diario de... un acoso sexual"	31-05-04	21,7%
2. "Diario de... un ángel de la guarda"	28-6-04	14,7%
3. "Diario de... una amenaza: centrales nucleares"	30-11-04	26%
4. "Diario... de un gladiador"	31-01-05	15,9%
5. "Diario de ... una obsesión: la cirugía estética"	19-04-05	33,7%
6. "Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco"	3-05-05	30,4%
7. "Diario de... Bandas callejeras"	14-06-05	27,8%
8. "Diario de... un traficante de drogas"	12-07-05	32,7%
9. "Diario de... un centauro: acción policial"	2-08-05	26,2%
10. "Diario de... una investigación: conexión Habana"	16-08-05	30,6%
11 "Diario de... un contagio masivo"	20-9-05	21,3%
12. "Diario de... las mafias de lo falso"	18-10-05	27%
13. "Diario de... los herederos del franquismo"	15-11-05	29,2%
14. "Diario de... el negocio de la fe"	20-12-05	16,9%
15. "Diario de... mi vecino, el terrorista que asesinó a mi marido"	1-2-06	26,3%
16. "Diario de... las mafias del sexo"	3-2-06	31,3%
17. "Diario de... una trama golpista"	22-2-06	20,9%
18. "Diario de... Abdenneri: ¿víctima o verdugo del 11-M?"	8-3-06	20,8%
19. "Diario de... una adicción: la ludopatía"	15-3-06	22,2%
20. "Diario de... una catástrofe nuclear"	27-4-06	19,6%
21. "Diario de... adolescentes en peligro"	16-5-06	24,8%
22. "Diario de... sobrevivir al volante"	29-6-06	25,1%
23. "Diario de... una obsesión: la belleza"	19-7-06	26,5%
24. "Diario de... lo que les pone a las mujeres"	29-9-06	17,9%
25. "Diario de... el precio del éxito"	31-10-06	22,5%
26. "Diario de... víctimas de la especulación"	5-12-06	21%
27. "Diario de... el tabaco: enfrentados por la ley"	2-2-07	19%
28. "Diario de... maltrato en la guardería"	27-2-07	22,4%
29. "Diario de... jóvenes y drogas. Vivir al límite"	28-03-07	21,5%
30. "Diario de... contaminados"	9-05-07	17,2%
31. "Diario de... enfrentados por los hijos"	30-05-07	21,7%
32. "Diario de... un condenado: el Doctor Maeso"	22-06-07	17%
33. "Diario de... inseguridad ciudadana"	4-07-07	21,2%

34. "Diario de... cirugía clandestina"	19-9-07	26,3%
35. "Diario de... bandas latinas"	3-10-07	31,8%
36. "Diario de... sobrevivir en un cayuco"	9-10-07	16,6%
37. "Diario de... Vanessa: perseguida por su maltratador"	23-11-07	15,4%
38. "Diario de... traficantes de salud"	5-2-08	15,9%
39. "Diario de... Amor: un cambio de sexo"	12-2-08	23,1%
40. "Diario de... tratantes de esclavos"	25-3-08	20,1%
41. "Diario de... objetivos de ETA"	17-4-08	19,1%
42. "Diario de... todo por mi hijos"	29-05-08	16,5%
43. "Diario de... los extremos se odian"	19-06-08	20,2%
44. "Diario de... un adicto"	24-07-08	22,3%
45. "Diario de... el derrumbe del ladrillo"	24-09-08	19,6%
46. "Diario de... bebés en venta"	8-10-08	19,1%
47. "Diario de... rescatar a mi hija en Irak"	29-10-08	19,2%
48. "Diario de... la justicia pierde los papeles"	13-01-09	16,8%
49. "Diario de... desobediencia civil"	20-01-09	16%
50. "Diario de... un culero: traficando con drogas de síntesis"	4-03-09	18,7%
51. "Diario de... víctimas de una sanidad enferma"	17-03-09	13,5%
52. "Diario de... la liberación de Sara"	1-04-09	18,8%
53. "Diario de... sexo en la red"	28-04-09	12,4%
54. "Diario de... morosos: acosados por las deudas"	2-06-09	16,7%
55. "Diario de... delincuentes al volante"	18-06-09	9,4%
56. "Diario de... un impostor con bata blanca"	8-07-09	18,5%
57. "Diario de... un verano en crisis"	2-09-09	14,5%
58. "Diario de... vecinos en pie de guerra"	26-11-09	20,2%
59. "Diario de... ancianos maltratados"	15-12-09	19,5%
60. "Diario de... 'rayados' por la coca"	20-01-10	15,1%
61. "Diario de... una adopción en Haití"	5-02-10	10%
62. "Diario de... pedofilia en el instituto"	4-03-10	11,2%
63. "Diario de... made in China"	2-06-10	14,6%
64. "Diario de... presos de una enfermedad mental"	9-06-10	10,2%
65. "Diario de... economía sumergida"	11-08-10	13,2%
66. "Diario de... supermercados de la estética"	18-08-10	12,1%
67. "Diario de... gitanos rumanos: los repudiados de Europa"	13-10-10	18,1%
68. "Diario de... la cocaína o mi hijo"	8-12-10	19,5%
69. "Diario de... menores violentos"	15-12-10	14,9%

(Tabla 54: programas de *Diario de...* emitidos en Telecinco, su fecha de emisión y el *share* obtenido.

Fuente: elaboración propia, según datos de Sofes y Kantar Media)

13.2.2. Nota de prensa del programa “Diario de... un enigma: la fórmula secreta del tabaco”



NOTA DE PRENSA

“DIARIO DE UN ENIGMA: LA FÓRMULA SECRETA DEL TABACO”

¿Se acuerdan de la película “El Dilema”? Russell Crowe es un trabajador de una empresa tabaquera que denuncia la adición de sustancias adictivas en los cigarrillos. Algo parecido es lo que Mercedes Milá pretende demostrar en esta nueva entrega de “Diario de”. Si es usted fumador, este reportaje le dará las claves para entender porqué le es tan difícil dejar de fumar, cuál es la razón por la que el tabaco es tan adictivo.

-CADA CIGARRILLO TIENE UNOS 400 INGREDIENTES. NADIE VERIFICA QUE CLASE DE SUSTANCIAS SON.

En este reportaje Mercedes Milá persigue desvelar los enigmas que rodean a la composición de los cigarrillos. ¿Sabían ustedes que en tan sólo 6 cm se acumulan la friolera de 400 ingredientes? ¿Y que algunos de ellos podrían estar específicamente diseñados para aumentar la capacidad adictiva de cada pitillo?. “Diario de” pretende en esta entrega clarificar algunos aspectos muy conflictivos ligados a los aditivos que se le echan al tabaco.

-MERCEDES MILÁ INVESTIGA SI A LOS CIGARRILLOS SE LE AÑADEN SUSTANCIAS QUE AUMENTAN EL PODER ADICTIVO DEL TABACO.

Mercedes Milá quiere conocer la opinión de las tabaqueras y tras varias semanas solicitando una entrevista se presenta en la sede central de ALTADIS (antigua tabacalera española) donde pone en jaque a los ejecutivos de la primera productora de cigarrillos de nuestro país. “¿Yo puedo preguntar al presidente de Altadis: usted

vive de envenenar a la gente? Claro que puedo. Creo que todo el mundo lo entendería. “

Hombre, si se demuestra que dentro de los cigarrillos hay una serie de elementos que aumentan adicción a la nicotina como parece que lo demuestra la OMS, ¿no me irás a decir que esto no es envenenar?.

Gracias a su visita Mercedes Milá descubre algunas de las medias verdades que afirman en su página web los responsables de ALTADIS, a la que le remiten constantemente para conocer su versión. Allí en la sede de ALTADIS le aseguran que el tabaco es el producto mas regulado del mercado y que todos los elementos se declaran al ministerio de Sanidad. “Diario de” descubre que las sustancias se remiten al ministerio pero que allí nadie verifica que los aditivos sean los que se declaran.

-FUMAR UN CIGARRILLO QUE TENGA AMONÍACO SUPONE INHALAR HASTA CIENTOS VECES MÁS NICOTINA.

Mercedes Milá se desplaza hasta Sevilla donde la Junta de Andalucía ha interpuesto una demanda contra varias tabacaleras. Allí, tanto la Consejera de Sanidad, como el jefe del laboratorio donde se analiza la composición de los cigarrillos, le aseguran que han encontrado amoníaco en los cigarrillos analizados. “*Ha habido adición de sustancias como por ejemplo el amoníaco que incrementa la absorción de la propia nicotina. (...) Lo que es lo mismo, se añaden sustancias que incrementarían la dependencia al tabaco. Sustancias, que además no han sido declaradas.*” Declaraciones que ponen de manifiesto un hecho muy grave, ya que el amoníaco no está entre los ingredientes declarados por las tabaquerías.

-AGUJEROS DE VENTILACIÓN: UNA ARGUCIA PARA ENGAÑAR A LAS MÁQUINAS QUE DEBEN COMPROBAR LAS MEDIDAS DE NICOTINA, ALQUITRÁN Y MONÓXIDO DE CARBONO.

En el laboratorio de la Junta de Andalucía nos descubren algo muy sorprendente. Los cigarrillos llevan unos agujeros de ventilación en la boquilla, cuyo objetivo es hacer que los contenidos de nicotina, alquitrán y monóxido de carbono que inhala el fumador sean mayores que los declarados en las cajetillas. Algo que muy pocos saben y que Mercedes Milá descubre en su visita a este laboratorio.

“Diario de” acude a los lugares donde hoy en día está prohibido fumar y comprueba que la ley no se cumple. También acompaña a un grupo de adolescentes que no encuentran ninguna dificultad en comprar tabaco. ¿Qué pasará con la nueva ley? Mercedes Milá va a una empresa para saber como van a afrontar las nuevas medidas antitabaco y se acerca a los negocios como bares o restaurantes para saber como se van a acoplar a la nueva reglamentación.

ISABEL ES AMA DE CASA Y SE FUMA 50 CIGARRILLOS DIARIOS. CONVIVIMOS CON ELLA PARA CONOCER SU ADICCIÓN.

“Diario de” es testigo de lo que supone un mono de tabaco en un adicto. Isabel Anaya deja de fumar durante 48 horas y las cámaras del programa reflejan su síndrome de abstinencia. Son imágenes impactantes e ilustran claramente la ansiedad que padece cuando quiere dejar de fumar.

13.2.3. Minuto a minuto de la audiencia del programa “Diario de... la cirugía estética”

Datos de Audiencia
Página 1 de 4

Actualizar
Usuario: tvdireccion - Fecha Actual: 20/04/2005 - Hora Actual: 10:50

Minuto a Minuto
España

Total Personas

19 04 05 23 30 (02 h.) Disponible
Ir a una versión imprimible de esta página

[Imprimir](#)

Minuto a Minuto: España, Martes 19/04/05

Público Objetivo: Total Personas; **Universo (000):** 41266; **Muestra Teórica:** 8972.
Cadenas: TOTALIZADO

	TTV		TVE1		La 2		T5		A3		C+		AUT		TEM		
	AM%	AM%	Cta	AM%	Cta	AM%	Cta	AM%	Cta	AM%	Cta	AM%	Cta	AM%	Cta	AM%	Cta
23:30	40.1	3.6	8.9	1.0	2.4	15.8	39.3	8.1	20.1	1.1	2.6	6.8	17.1	2.3	5.7		
23:31	40.0	3.5	8.6	0.9	2.2	15.8	39.6	8.1	20.2	1.1	2.8	7.0	17.5	2.2	5.4		
23:32	39.9	3.5	8.7	0.7	1.9	16.0	40.0	8.1	20.2	1.1	2.8	7.0	17.6	2.1	5.3		
23:33	39.7	3.3	8.4	0.7	1.8	15.9	40.0	8.0	20.3	0.9	2.3	7.2	18.1	2.3	5.7		
23:34	39.2	3.8	9.6	0.8	2.2	11.7	29.8	9.2	23.4	1.0	2.5	8.4	21.4	2.7	6.8		
23:35	38.4	3.7	9.7	0.9	2.4	10.3	26.8	9.1	23.8	1.0	2.6	8.7	22.5	2.5	6.6		
23:36	38.2	3.7	9.8	1.0	2.5	10.4	27.1	8.9	23.3	1.0	2.7	8.5	22.2	2.5	6.6		
23:37	38.2	3.7	9.7	0.9	2.3	10.4	27.3	8.8	23.1	1.2	3.1	8.5	22.4	2.4	6.2		
23:38	37.8	3.5	9.4	0.9	2.4	10.8	28.4	8.8	23.4	1.0	2.7	8.5	22.5	2.4	6.3		
23:39	37.6	3.3	8.8	0.9	2.3	10.7	28.6	9.1	24.3	0.9	2.5	8.3	22.1	2.4	6.3		
23:40	37.4	3.1	8.2	0.8	2.1	10.9	29.1	9.2	24.6	0.9	2.5	7.9	21.0	2.5	6.6		
23:41	36.8	3.3	8.9	1.2	3.2	11.9	32.4	5.1	14.0	0.5	1.4	9.6	26.1	2.7	7.3		
23:42	36.3	3.4	9.3	1.0	2.6	11.8	32.6	4.7	13.0	0.3	0.8	9.5	26.3	2.8	7.7		
23:43	35.9	3.4	9.4	1.0	2.8	12.6	35.2	4.4	12.3	0.3	0.8	9.2	25.6	2.7	7.6		
23:44	35.6	3.1	8.7	0.9	2.6	14.1	39.7	4.3	12.1	0.3	0.8	8.5	23.8	2.4	6.8		
23:45	35.6	3.3	9.4	0.9	2.5	14.3	40.2	4.3	12.0	0.2	0.6	8.3	23.4	2.5	6.9		
23:46	35.6	3.7	10.3	0.9	2.6	14.4	40.4	4.3	12.1	0.2	0.5	8.1	22.9	2.4	6.7		
23:47	35.5	4.2	11.9	1.1	3.0	14.4	40.5	4.3	12.0	0.2	0.4	7.5	21.2	2.4	6.7		
23:48	35.3	4.3	12.3	1.2	3.3	14.3	40.6	4.3	12.3	0.1	0.4	7.2	20.3	2.3	6.6		
23:49	35.3	4.4	12.4	1.2	3.3	14.2	40.2	4.8	13.6	0.1	0.4	6.9	19.5	2.3	6.5		
23:50	35.1	4.7	13.3	1.2	3.3	14.2	40.4	5.5	15.7	0.2	0.6	6.0	17.0	2.2	6.3		
23:51	34.8	4.8	13.9	1.2	3.6	13.3	38.2	5.8	16.8	0.2	0.6	5.9	16.9	2.2	6.4		
23:52	32.8	6.3	19.2	1.4	4.2	8.3	25.2	7.1	21.7	0.2	0.6	5.9	17.8	2.4	7.2		
23:53	32.2	6.3	19.5	1.4	4.4	7.4	23.1	7.4	22.9	0.2	0.7	5.7	17.7	2.4	7.4		
23:54	31.8	6.3	19.7	1.5	4.6	7.1	22.3	8.0	25.1	0.2	0.6	5.1	16.0	2.3	7.2		
23:55	31.2	6.8	21.9	1.3	4.1	5.7	18.4	8.4	26.8	0.1	0.5	5.0	16.0	2.4	7.6		
23:56	30.8	6.5	21.1	1.4	4.5	5.2	16.8	8.4	27.3	0.2	0.6	5.2	17.0	2.5	8.2		
23:57	30.5	6.3	20.7	1.4	4.6	5.5	18.1	8.1	26.5	0.1	0.5	5.2	17.2	2.5	8.3		
23:58	30.3	5.8	19.0	1.3	4.1	6.3	20.7	8.1	26.8	0.1	0.5	5.3	17.6	2.2	7.3		
23:59	30.2	5.5	18.2	1.3	4.2	6.7	22.3	8.2	27.1	0.2	0.7	5.2	17.3	1.9	6.4		

file://C:\Documents%20and%20Settings\amuniz\Configuración%20local\Archivos%2... 20/04/2005

24:00	29.9	5.2	17.3	1.1	3.7	7.0	23.5	8.3	27.8	0.2	0.5	5.2	17.4	1.9	6.3
24:01	29.7	5.0	16.7	1.2	4.0	7.2	24.3	8.3	27.9	0.2	0.6	5.0	16.9	1.9	6.2
24:02	29.5	5.0	16.8	1.1	3.7	7.4	25.0	8.4	28.6	0.2	0.5	4.7	15.9	1.8	6.2
24:03	29.4	4.7	16.0	1.0	3.4	7.7	26.2	8.5	29.0	0.1	0.5	4.5	15.4	1.8	6.0
24:04	29.2	4.6	15.7	1.0	3.5	7.6	26.0	8.6	29.6	0.1	0.5	4.6	15.8	1.7	5.9
24:05	29.2	4.6	15.7	1.1	3.6	7.7	26.5	8.7	29.6	0.1	0.5	4.6	15.9	1.5	5.2
24:06	29.1	4.5	15.4	1.0	3.5	7.6	26.2	8.6	29.7	0.2	0.5	4.7	16.2	1.5	5.3
24:07	28.9	4.0	13.8	1.1	3.8	7.8	27.1	8.5	29.3	0.2	0.6	4.7	16.4	1.6	5.6
24:08	28.7	3.8	13.2	1.0	3.4	7.9	27.7	8.4	29.3	0.1	0.4	5.0	17.3	1.7	5.8
24:09	28.5	3.5	12.1	1.0	3.7	7.9	27.7	8.4	29.7	0.1	0.5	5.0	17.6	1.6	5.8
24:10	28.4	3.4	11.9	1.1	3.8	8.1	28.6	8.4	29.4	0.1	0.5	4.9	17.3	1.5	5.4
24:11	28.3	3.4	12.1	1.0	3.5	8.0	28.5	8.4	29.6	0.1	0.5	4.9	17.3	1.5	5.3
24:12	27.8	3.4	12.1	1.1	3.8	8.8	31.7	7.2	26.0	0.2	0.7	4.8	17.2	1.5	5.4
24:13	26.9	3.8	14.2	1.3	5.0	9.7	36.1	3.6	13.6	0.3	0.9	5.5	20.6	1.6	5.8
24:14	26.4	3.7	14.2	1.4	5.3	10.1	38.2	2.8	10.7	0.2	0.7	5.5	20.8	1.6	6.2
24:15	26.0	3.6	13.7	1.3	5.0	10.1	39.0	2.8	10.7	0.2	0.7	5.4	20.6	1.6	6.3
24:16	25.4	2.7	10.6	1.5	6.1	10.3	40.5	2.6	10.4	0.2	0.8	5.2	20.3	1.6	6.2
24:17	25.0	2.8	11.4	1.5	6.0	10.7	42.8	2.3	9.3	0.2	0.7	4.8	19.2	1.5	5.9
24:18	24.7	2.6	10.4	1.7	6.9	10.6	43.0	2.3	9.4	0.2	0.6	4.6	18.6	1.5	6.1
24:19	24.5	2.6	10.5	1.5	6.0	10.8	44.2	2.1	8.5	0.1	0.6	4.8	19.6	1.5	6.1
24:20	24.3	2.7	11.2	1.3	5.5	10.8	44.3	2.0	8.1	0.1	0.6	4.9	20.0	1.5	6.0
24:21	24.1	2.7	11.0	1.4	5.6	10.7	44.3	2.0	8.2	0.1	0.6	4.8	20.0	1.5	6.2
24:22	23.8	2.7	11.4	1.3	5.5	10.6	44.3	2.0	8.5	0.2	0.7	4.6	19.4	1.5	6.2
24:23	23.6	2.8	11.7	1.3	5.4	10.3	43.5	2.3	9.8	0.1	0.6	4.6	19.6	1.4	5.9
24:24	23.6	2.8	11.9	1.4	5.8	9.9	41.9	2.6	11.1	0.1	0.6	4.5	18.9	1.4	5.9
24:25	23.4	2.8	12.0	1.4	6.1	9.8	42.0	2.7	11.4	0.1	0.6	4.4	18.6	1.3	5.7
24:26	23.2	2.8	12.0	1.4	5.9	9.7	41.8	2.7	11.6	0.1	0.6	4.4	18.9	1.4	5.9
24:27	23.1	2.5	10.9	1.3	5.7	9.6	41.5	2.9	12.6	0.1	0.6	4.5	19.3	1.3	5.5
24:28	23.1	2.4	10.4	1.3	5.8	9.7	41.9	3.0	13.0	0.1	0.4	4.3	18.5	1.4	6.1
24:29	23.1	2.3	9.9	1.3	5.6	9.7	41.9	3.2	13.7	0.1	0.4	4.3	18.6	1.3	5.8
24:30	22.9	2.2	9.6	1.3	5.6	9.5	41.7	3.1	13.5	0.1	0.4	4.4	19.1	1.3	5.5
24:31	22.7	2.1	9.2	1.2	5.5	9.7	42.7	3.1	13.5	0.1	0.4	4.2	18.5	1.3	5.6
24:32	22.4	2.1	9.2	1.2	5.3	9.5	42.3	3.3	14.6	0.1	0.4	4.4	19.6	1.2	5.6
24:33	22.0	2.0	9.2	1.1	5.2	9.3	42.1	3.2	14.7	0.1	0.4	4.3	19.5	1.3	5.9
24:34	21.5	2.1	9.8	1.2	5.5	9.1	42.4	3.4	15.9	0.1	0.5	3.5	16.5	1.3	6.1
24:35	21.0	3.1	15.0	1.2	6.0	5.5	26.1	4.9	23.3	0.1	0.5	3.8	18.2	1.3	6.4
24:36	20.5	3.2	15.8	1.2	6.1	4.8	23.6	5.0	24.5	0.1	0.5	3.9	19.0	1.3	6.2
24:37	20.1	3.2	16.0	0.6	3.2	4.7	23.2	5.3	26.3	0.1	0.7	4.0	20.0	1.2	6.0
24:38	19.9	3.3	16.4	0.7	3.3	4.6	23.1	5.0	25.3	0.1	0.6	3.9	19.6	1.3	6.7
24:39	19.4	3.4	17.7	0.5	2.8	5.3	27.3	3.6	18.4	0.1	0.6	4.1	20.9	1.3	6.8
24:40	18.8	3.5	18.6	0.6	3.0	5.4	28.6	2.4	12.6	0.1	0.8	4.1	21.5	1.4	7.7
24:41	18.4	3.8	20.7	0.5	2.6	5.1	27.5	2.2	12.0	0.1	0.8	4.0	21.5	1.4	7.5
24:42	18.3	3.7	20.5	0.5	2.8	5.4	29.3	2.1	11.6	0.1	0.5	3.7	20.3	1.4	7.7
24:43	18.0	3.2	18.0	0.6	3.4	6.0	33.3	1.9	10.5	0.1	0.5	3.7	20.8	1.4	7.7
24:44	17.6	3.1	17.8	0.5	2.9	7.0	39.6	1.8	10.1	0.1	0.6	2.7	15.5	1.2	7.1
24:45	17.5	3.0	17.3	0.5	2.8	7.2	41.0	1.9	10.9	0.1	0.5	2.5	14.1	1.2	7.0

INICIO
PUBLI

FINAL
PUBLI

FINAL
PROGRAMA

24:46	17.3	2.9	16.8	0.5	3.0	7.3	42.3	1.8	10.5	0.1	0.5	2.3	13.3	1.2	7.2
24:47	16.9	2.7	16.2	0.7	4.3	6.6	39.1	2.4	14.2	0.1	0.6	2.0	11.7	1.3	7.6
24:48	16.2	2.7	17.0	0.9	5.7	4.9	30.0	3.3	20.2	0.1	0.4	2.0	12.0	1.3	8.0
24:49	16.0	3.1	19.0	1.2	7.4	3.4	21.0	4.0	24.8	0.1	0.4	2.0	12.4	1.3	7.9
24:50	15.7	2.9	18.5	1.0	6.4	3.4	21.7	4.1	26.1	0.1	0.4	1.9	12.1	1.1	7.3
24:51	15.5	3.1	19.8	1.1	6.9	3.2	20.4	4.1	26.5	0.1	0.4	1.9	12.1	1.1	7.2
24:52	15.2	3.0	20.1	1.0	6.7	3.0	20.0	4.0	26.7	0.1	0.5	1.9	12.5	1.1	7.0
24:53	15.0	3.0	19.8	1.0	6.4	2.8	18.9	4.2	27.8	0.1	0.5	2.0	13.2	1.0	6.8
24:54	14.7	2.9	20.0	1.0	6.6	2.7	18.5	4.1	28.1	0.1	0.7	1.8	12.2	1.0	6.7
24:55	14.3	2.9	20.3	0.9	6.3	2.7	19.2	4.2	28.9	0.1	0.4	1.7	12.0	0.8	5.8
24:56	14.2	2.9	20.1	0.9	6.6	2.8	19.5	4.0	28.2	0.1	0.4	1.6	11.5	1.0	6.7
24:57	13.9	2.4	17.6	1.2	8.3	2.7	19.5	4.3	30.6	0.1	0.5	1.5	11.1	0.8	6.1
24:58	13.7	2.3	16.7	1.3	9.3	2.7	19.5	4.2	30.8	0.1	0.4	1.5	10.8	0.8	5.9
24:59	13.5	1.4	10.6	1.2	9.2	3.3	24.4	4.3	32.1	0.1	0.4	1.4	10.7	0.8	6.3
25:00	13.5	1.4	10.2	1.3	9.3	3.9	28.6	3.9	29.1	0.1	0.4	1.4	10.3	0.8	6.0
25:01	13.4	1.2	8.6	1.2	8.7	3.9	28.7	4.0	29.9	0.1	0.4	1.4	10.6	0.9	7.0
25:02	13.3	1.0	7.9	1.1	8.5	4.0	29.9	4.0	30.1	0.1	0.4	1.5	11.0	0.9	6.9
25:03	13.1	1.1	8.0	1.1	8.5	4.0	30.6	3.8	29.2	0.1	0.4	1.4	10.7	0.8	6.4
25:04	13.0	1.0	7.5	1.2	9.0	4.0	30.8	3.8	29.1	0.1	0.4	1.4	10.7	0.8	6.4
25:05	12.8	1.0	7.7	1.2	9.4	3.9	30.2	3.8	29.7	0.1	0.4	1.4	10.7	0.8	6.4
25:06	12.7	0.9	7.4	1.2	9.7	3.9	30.7	3.7	29.4	0.1	0.4	1.4	10.7	0.8	6.5
25:07	12.6	0.9	6.8	1.2	9.7	3.9	30.8	3.8	29.8	0.1	0.5	1.3	10.2	0.8	6.4
25:08	12.6	0.9	7.4	1.3	10.4	3.8	30.0	3.7	29.1	0.1	0.5	1.3	10.2	0.8	6.5
25:09	12.5	1.0	7.8	1.2	9.6	3.6	29.1	3.7	29.7	0.1	0.5	1.4	10.9	0.8	6.4
25:10	12.3	0.9	7.1	1.2	9.9	3.5	28.9	3.7	30.2	0.1	0.6	1.3	10.9	0.7	6.0
25:11	12.2	0.9	7.5	1.2	10.0	3.5	28.6	3.6	29.7	0.1	0.5	1.4	11.5	0.7	6.0
25:12	12.1	1.0	8.0	1.2	9.7	3.5	29.3	3.6	29.9	0.1	0.5	1.3	11.2	0.7	6.1
25:13	11.9	1.1	9.0	1.2	10.3	3.2	26.8	3.5	29.5	0.0	0.4	1.4	11.8	0.8	6.4
25:14	11.7	1.1	9.4	1.2	10.4	3.1	26.7	3.5	29.8	0.1	0.5	1.3	11.1	0.7	6.2
25:15	11.6	1.0	8.9	1.2	10.3	3.1	26.8	3.6	30.8	0.1	0.5	1.3	11.2	0.7	5.9
25:16	11.5	0.9	8.1	1.1	9.8	3.1	27.2	3.6	31.1	0.1	0.5	1.3	11.0	0.8	6.7
25:17	11.3	0.9	8.1	1.1	10.1	2.8	25.3	3.6	32.3	0.1	0.5	1.3	11.3	0.8	6.9
25:18	11.2	0.9	8.0	1.1	10.0	2.9	25.5	3.7	32.7	0.1	0.5	1.3	11.5	0.7	6.6
25:19	11.2	1.0	8.6	1.1	10.1	2.8	24.9	3.7	33.0	0.1	0.6	1.2	11.1	0.7	6.4
25:20	11.1	1.0	8.8	1.1	10.3	2.8	24.9	3.6	32.4	0.1	0.6	1.3	11.8	0.7	6.1
25:21	10.9	0.9	8.7	1.1	9.7	2.8	25.6	3.5	32.0	0.1	0.6	1.2	10.9	0.7	6.8
25:22	10.8	1.0	9.0	1.0	9.2	3.0	27.3	3.5	32.3	0.1	0.6	1.1	9.9	0.7	6.6
25:23	10.7	0.8	7.9	1.0	9.2	2.8	26.0	3.5	33.2	0.0	0.3	1.0	9.7	0.8	7.4
25:24	10.5	0.9	8.7	1.0	9.6	2.8	26.6	3.4	32.5	0.0	0.4	1.0	9.8	0.8	7.5
25:25	10.3	0.9	8.5	1.0	9.8	2.8	27.6	3.2	31.1	0.0	0.4	1.0	9.8	0.8	7.9
25:26	10.1	0.9	9.1	0.8	8.4	2.8	27.3	3.3	32.3	0.0	0.4	1.0	9.7	0.8	7.5
25:27	10.0	0.9	8.7	0.6	5.7	2.8	28.4	3.5	34.5	0.0	0.4	1.0	9.5	0.8	7.6
25:28	9.9	0.9	9.0	0.5	4.7	2.8	28.4	3.5	35.1	0.0	0.3	1.0	10.1	0.7	6.7
25:29	9.9	0.9	9.4	0.4	4.5	2.7	27.6	3.5	35.1	0.0	0.3	1.1	11.4	0.7	6.6

13.2.4. Comunicado de la Consejería de Educación de Madrid en relación al reportaje "Diario de... maltrato en la guardería"

02/03/2007 14:02 FAX 913959491	DIR PRODUCCION TELECINCO	001
01/03/2007 21:44 0917799636	PRENSA	PAG. 01/01

D, Manuel Villanueva, director general de Contenidos de Tele 5
Acogiéndenos al Derecho de Réplica, le ruego la difusión de este Comunicado, y su publicación en su página web

COMUNICADO

LA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN AFIRMA QUE SOLICITÓ LA GRABACIÓN EFECTUADA EN LA ESCUELA INFANTIL AL PROGRAMA DE MERCEDES MILÁ

La Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid, en relación con la rueda de prensa ofrecida por Mercedes Milá en el día de hoy, y las declaraciones que la misma ha vertido esta tarde en el programa "A tu lado", sobre el programa "Diario de...", quiere realizar las siguientes manifestaciones:

- 1) Una redactora, de nombre Cristina, del programa "Diario de..." de Tele 5, presentado por Mercedes Milá, se pone en contacto con el Gabinete de Prensa de la Consejería de Educación en el mes de diciembre, solicitando una entrevista para presentar un video realizado con cámara oculta en una Escuela Infantil privada de la Comunidad de Madrid, en la que, supuestamente, se producen malos tratos.
- 2) El Gabinete de Prensa de la Consejería de Educación organiza una reunión con esta redactora y con el Director General de Centros Docentes y del Jefe de Gabinete del Consejero. En esa reunión se visionan las imágenes grabadas en la Escuela Infantil, y la redactora pide una entrevista con el Consejero Peral y Mercedes Milá para realizar un programa de maltratos.
- La redactora pregunta que cuáles van a ser las actuaciones de la Consejería a raíz de presentarnos esas imágenes, y la responsable de Prensa le comunica que lo pondría en conocimiento inmediato del Consejero. En ese punto, se le solicita verbalmente la película grabada a la redactora, con el fin de que conste como prueba. La redactora dice que no nos puede dar una copia hasta que se emita el programa. Que cuando se emitiese, previsto en principio para comienzos del mes de enero, nos la enviarían.
- 3) El Consejero de Educación, conocidos los hechos a través de sus colaboradores, da orden inmediata al director de área territorial Madrid-Capital que envíe al día siguiente al Inspector de zona a la Escuela Infantil. Así, el día 14 de diciembre, el Inspector realiza una visita a la Escuela a la hora de la comida y emite informe sobre la situación de la misma, en el que se recoge que "no se han observado irregularidades en la atención y cuidado de los escolares". Sin más pruebas, la Consejería de Educación actuó con todos los mecanismos que tenía a su alcance.
- 4) Una semana más tarde, un equipo de Tele 5, junto a Mercedes Milá, graba en la sede de la Consejería el programa con el consejero Luis Peral. Una vez terminada la grabación, la responsable de Prensa queda con la redactora del programa en que le sea comunicada la fecha de emisión del programa, y, asimismo, le sea remitida la película de video para ser utilizada como prueba.
- 5) El pasado lunes día 26 de febrero, la redactora de Tele 5 contacta con el Gabinete de Prensa y le comunica que el programa se emite al día siguiente, martes día 27, y que nos será remitida copia del mismo. El jueves, día 28, a las 20,30 horas, es decir, ayer, se recibe el DVD en la Consejería y el Consejero lo traslada a las 8,30 de la mañana del día de hoy a la Dirección de Área Territorial para que la Inspección actúe nuevamente ya con pruebas.

En el día de hoy, una vez comprobadas por la Inspección que las imágenes que aparecen en el programa de Tele 5 corresponden a la Escuela Infantil "El borreguito azul", y en visitar a la directora de la misma, la Consejería de Educación ha procedido a abrir un expediente de revocación de la autorización del Centro Docente y a cerrar cautelarmente las puertas de la Escuela Infantil.

01/03 '07 JUE 21:46 [Nº TX/RX 5206] 001
02/03 '07 VIE 13:30 [Nº TX/RX 5248] 001

13.2.5. Comunicado de Telecinco en relación al reportaje “Diario de... maltrato en la guardería”



Madrid, 2 de marzo de 2007

TELECINCO, ESTUPEFACTA ANTE LA REACCIÓN DE LA CONSEJERÍA DE EDUCACIÓN: AHORA SE DAN CUENTA DE LA GRAVEDAD DE LA SITUACIÓN EN LA GUARDERÍA OBJETO DE DENUNCIA EN EL PROGRAMA “DIARIO DE”

- La periodista Mercedes Milá visionó las imágenes con el Consejero de Educación de la Comunidad de Madrid, Luis Peral, quien se comprometió a realizar la denuncia, tal como se evidencia en el reportaje
- La Consejería no ha solicitado a Telecinco el envío de las imágenes, ni por escrito ni de otra forma. Si realmente las consideraban necesarias, podrían haberlas pedido y sin duda las hubieran obtenido. Nadie se comunicó con esta empresa después de la entrevista personal
- En cualquier caso, fiel al principio de libertad de expresión, Telecinco ofrece al titular de la Consejería su participación en un programa junto a Mercedes Milá para exponer sus puntos de vista

Ante la inusitada reacción de la Consejería de Educación de la Comunidad de Madrid, que ha solicitado derecho a réplica por las declaraciones efectuadas ayer por Mercedes Milá y que sostiene que el programa no les ha facilitado las imágenes de “Diario de... maltrato en la guardería” hasta el pasado miércoles, la cadena desea reiterar que la propia presentadora llevó en mano y visionó con el Consejero de Educación de la Comunidad de Madrid, Luis Peral, las imágenes que se reprodujeron en el programa. De igual modo ocurrió con el Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid, Arturo Canalda.

“Diario de” y su presentadora pusieron en conocimiento de las autoridades pertinentes las imágenes que habían obtenido a través de su investigación, ya que es a ellas a quienes corresponde tomar las medidas oportunas ante la gravedad de los hechos que se recogían en las imágenes objeto de denuncia en “Diario de... maltrato en la guardería”.

Además, Telecinco nunca ha tenido constancia ni por escrito ni por ningún otro medio de la solicitud de una copia del programa por parte de la Consejería, que estando al tanto de los hechos desde diciembre a través del visionado, ha decidido tomar cartas en el asunto una vez que el programa ha sido emitido y sus graves denuncias han sido vistas por el público. Por el contrario, los responsables del programa y de la cadena jamás dudaron de que las autoridades -alertadas en persona- se estuvieran ocupando de tomar las medidas legales oportunas.

Del propio relato del texto de pedido de réplica efectuado por la consejería se deduce que no se han puesto en contacto con esta cadena desde que se produjo la entrevista personal.

En cualquier caso, a pesar de que no procede el derecho a réplica, y en línea con su tradicional respeto a la libertad de expresión, Telecinco ofrece al titular de la Consejería de Educación que asista a un programa junto a Mercedes Milá para exponer todos sus puntos de vista.

- *Se enviarán capturas de “Diario de... maltrato en la guardería”
por correo electrónico*

GABINETE DE PRENSA DE TELECINCO

13.2.6. Parte de la entrevista realizada a Mercedes Milá en el programa *La Ventana* de la cadena *SER*



FECHA: 04/05/2005	HORA INICIO: 17:11:27	HORA FINAL: 17:35:08
MEDIO: Radio	CADENA: Cadena Ser Nacional	
PROGRAMA: LA VENTANA		PÁG: 1 / 22

TRANSCRIPCIÓN

Estamos en La Ventana. Esto es la segunda hora. Pasan 11 minutos de las 5 de la tarde, de las 4 en Canarias. Yo sigo; a mi izquierda, Boris Izaguirre, Víctor Amela.

Hola.

Víctor se ha cambiado de asiento.

Sí.

Porque le ha cedido el asiento preferente a Mercedes Milá.

Por favor.

Bravo, bravo.

... esto no puede ser.

Sí.

Bravo, bravo, bravo.

¿No oyes nada, Mercedes, con los cascos?

Oigo por un retorno desagradabilísimo, pero me acaba de dar un...

Hay un botoncito ahí abajo.

No lo sé, mi amor, tengo el culo pelado de venir a la radio. Pero ya lo he movido el botoncito.

Esta entrando Carlos Peñas que lo va a arreglar.

Que lo va a arreglar, bueno.

A no ser que sea así y la SER sea diferente a Radio Nacional, sabes.

Bueno, es diferente pero mejor, pero mejor.

Mejor.

Ya nos la ha metido.



Torregalindo 1, 2º
Tel: 91 825.56.43
Fax: 91 825.56.44
28016 Madrid

FECHA: 04/05/2005	HORA INICIO: 17:11:27	HORA FINAL: 17:35:08
MEDIO: Radio	CADENA: Cadena Ser Nacional	
PROGRAMA: LA VENTANA		PÁG: 6 / 22

TRANSCRIPCIÓN

Porque la Milá es así, habla de una cosa a la otra y a la Nuria...

Muy importante.

... el programa de ayer.

(Hablan a la vez)

Lo mejor de Mercedes es que podría seguir media hora y seguiría tan tranquila.

Sí, pero no es Mercedes...

No nos diría oye, que no hablamos de mi programa.

Hombre, no. Eso me pasa en otros sitios.

La televisión ha abusado muchísimo del termino periodismo de investigación para servirnos filfas que no merecen esa rúbrica.

No empieces (¿?) Víctor, no empieces criticando.

Pero lo que vimos anoche en Tele 5, conducido por ti, Mercedes Milá, es el ejemplo más rotundo, convincente y eficaz que yo he visto en muchos años de periodismo de investigación. Por qué, por que había información. Qué es la información, lo explico Lord Norcliffe. Información es todo aquello que alguien en algún sitio quiere ocultar. El resto es publicidad. Anoche había ahí muchas cosas que yo nunca había oído. Eso es información.

Sobre el mundo del tabaco.

Sobre el mundo del tabaco y ...

Me abrió los ojos. A mí; y sobre todo me descubrió que Altadis nos oculta mucha información.

Altadis recuerden los oyentes que es la antigua Tabacalera.

Pero lo peor y lo más grave es que descubrí la complejidad, la connivencia del Ministerio de Sanidad, del Gobierno de España, es decir, del Estado Español, ocultándonos una información que tenemos derecho a saber, por que perjudica a nuestra salud. Y todo por qué, por recaudar 7.400 millones de euros, he tomado notas de tu reportaje, cada año.

Pero de los cuales 5.000...

13.2.7. Comunicado de **RENFE** en relación al reportaje “Diario de... tratantes de esclavos”

Dirección de Comunicación, Marca y
Publicidad
Cabinete de Prensa

Avda. Pío XII, 110 – Carretera 16
28036 Madrid

Tel: 91 309 66 00 – Int. 106 256
Fax: 91 309 73 36 – Int. 107 336

renfe

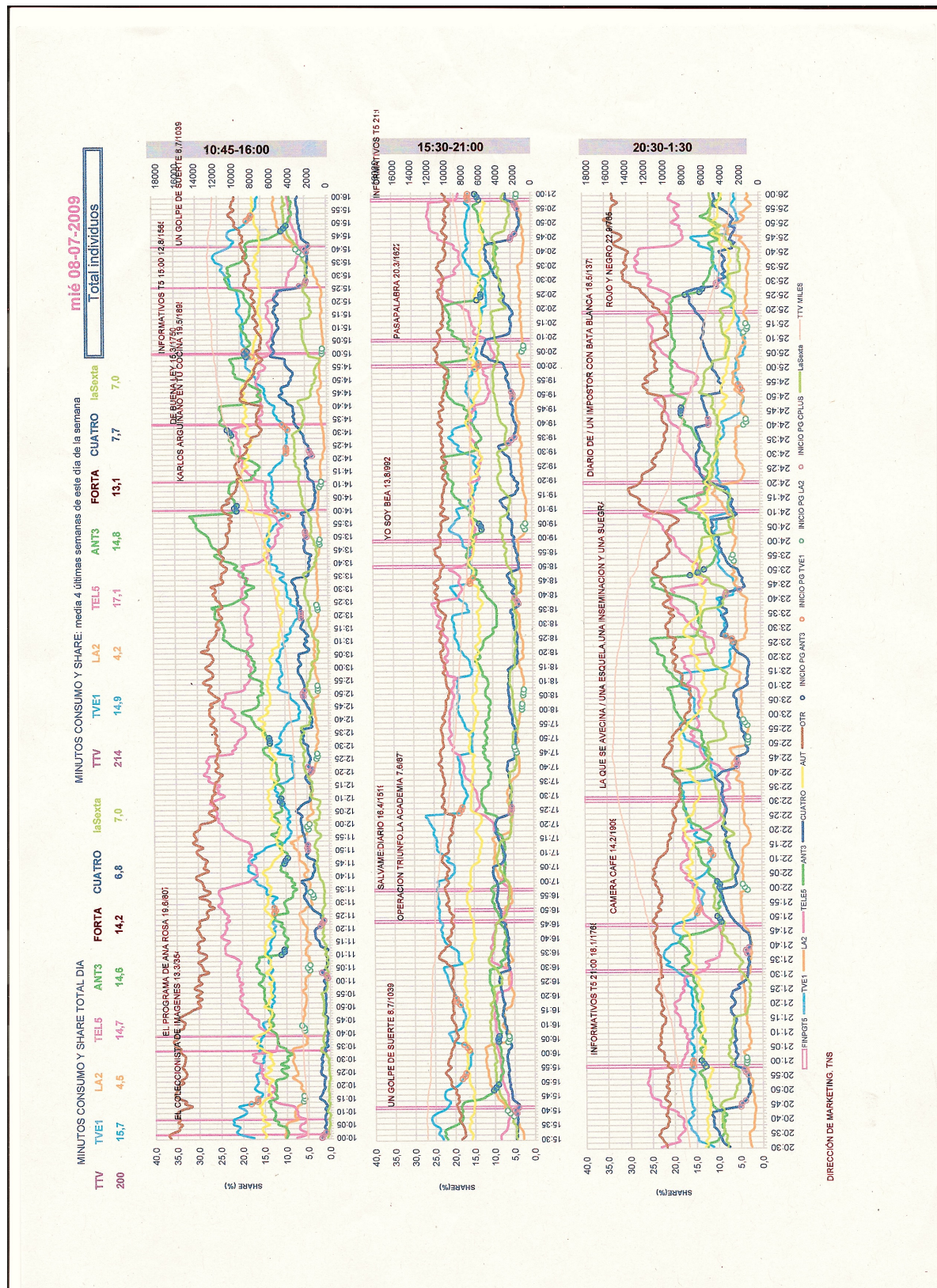
Madrid, 25 de marzo de 2008

Estimado Sr. Muñiz:

A través de la promoción del programa “Diario de... Tratantes de Esclavos”, emitida este lunes en Tele 5, hemos conocido la denuncia de la conducta presuntamente irregular de un empleado de Renfe, que se ofrece a arreglar la documentación de un inmigrante a cambio de una cantidad de dinero. Desde Renfe queremos expresar:

1. Que, tales hechos serían, de confirmarse su veracidad, muy graves, ya que se utilizarían instalaciones públicas para llevarlos a cabo.
2. Que se ha abierto un expediente al trabajador que aparece en pantalla y se está recabando toda la información necesaria para determinar los hechos.
3. Que como primera medida se ha apartado del servicio a esta persona.
4. Que si se determina alguna responsabilidad, Renfe tomará las medidas disciplinarias y/o legales que correspondan a la resolución del expediente.

13.2.8. Gráfico de la curva de audiencia del reportaje “Diario de... un impostor con bata blanca”



13.2.9. Nota de prensa del estreno de *Diario de... denuncia tu causa*



cuatro

NOTA DE PRENSA

Diario de... comienza una nueva etapa en la que los ciudadanos serán los principales protagonistas. Las denuncias de los telespectadores serán el motor del programa. Un espacio que saldrá cada semana con la ambición de acercarse a los problemas de la gente y de poner en evidencia a los causantes de los mismos. Mercedes Milá y su equipo abordarán diferentes y conmovedoras historias relatadas con su sello personal. En esta primera entrega, gracias a la denuncia de dos antiguos alumnos de un colegio religioso el programa descubrirá los abusos sexuales que se producían en el interior de las aulas de esa escuela. Según ellos un fraile les sometió a todo tipo de abusos durante su etapa colegial. Gracias a sus valientes testimonios *Diario de va* a desenmascarar a este religioso y va a poner de manifiesto que sus superiores no sólo no hicieron nada por detenerle sino que hoy en día siguen otorgándole su confianza. En la actualidad sigue trabajando rodeado de niños. Una historia que puede abrir un debate sobre un tema tabú: ¿Existieron abusos sexuales a menores en colegios religiosos españoles? Mientras que en gran parte del mundo se han abierto macroprocesos judiciales por denuncias de muchas víctimas, en España, continúa el secretismo entorno a este asunto.

La segunda historia que tratará *Diario de...* relata una realidad cada vez más frecuente y que destroza la vida de aquellos que la sufren: la okupación a la fuerza de viviendas protegidas. Un vecino de Navacarnero nos contó que la urbanización de VPO en la que vive está tomada por okupas que con una violencia brutal derriban puertas y se apropian de casas que no son suyas. Mercedes Milá acude hasta ese pueblo de las afueras de Madrid para comprobar en primera persona la insostenible convivencia que se respira en esta comunidad. Algunos de los afectados le cuentan que a sus viviendas han entrado con una maza mientras ellos estaban viendo la televisión en el salón de su casa. Mercedes Milá también habla con algunos de los okupas y es testigo de las discusiones que se dan entre los vecinos de esta VPO. La presentadora acude a ver a los responsables del IVIMA que le responden que es el

caso de ocupación más grave que ha existido en la Comunidad de Madrid y que en breve se producirá un desalojo masivo de esos okupas.

Por último *Diario de...* desvela los métodos engañosos y fraudulentos de los brujos africanos que se anuncian en la prensa. Con métodos basados en la superchería barata aseguran curar desde la impotencia hasta el cáncer más agresivo. Gracias a la utilización de la cámara oculta quedan evidenciados estos farsantes que juegan con la desesperación e ingenuidad de sus paciente

13.2.10. Comunicado del Colegio Oficial de Psicología de Andalucía Occidental sobre el reportaje del psicólogo onanista

Comunicado Oficial de la Junta de Gobierno a Raíz de la Emisión del Programa “Diario De”, Emitido la Madrugada del día 21 de junio de 2011

Dada la gravedad de los hechos denunciados públicamente en el programa Diario De, emitido en la madrugada del día 21, desea informar lo siguiente:

1º.- El Colegio Oficial de Psicología de Andalucía Occidental, ha iniciado el procedimiento reglamentario para confirmar que el citado reportaje se refiere a un profesional de la Psicología, colegiado, y en ejercicio de su profesión, tal como se afirma en el programa.

2º.- En este sentido, y entendiendo que de ser así, hay indicios suficientes como para cuestionar el cumplimiento del código deontológico de la profesión, esta Junta de Gobierno ha solicitado a la Comisión de Ética y Deontología el inicio de un expediente encaminado a la confirmación o no de los hechos, la identificación de la persona, su titulación y cualificación profesional, y cuantos datos sirvan para emitir un dictamen según el procedimiento establecido.

3º.- La Junta de Gobierno de este Colegio Profesional lamenta que se haya producido una situación tan censurable y carente de profesionalidad como la reflejada en el citado reportaje, con un grave perjuicio a las personas afectadas y a la profesión en su conjunto, y que en absoluto constituye un indicador del funcionamiento profesional de un colectivo que se caracteriza por un comportamiento comprometido con el buen ejercicio de su profesión y la mejor atención a las personas que recurren a sus servicios

4º.- La Junta de Gobierno, en cumplimiento de su norma, y por respeto al procedimiento aprobado para la regulación del funcionamiento de su Comisión de Ética y Deontología se abstendrá de emitir cualquier opinión sobre este asunto mientras dure el citado procedimiento.

Sevilla, 21 de junio de 2011

JUNTA DE GOBIERNO

13.2.11. Nota interna de Telecinco enviada a los distintos programas sobre el uso de la cámara oculta

SENTENCIA DEL TRIBUNAL CONSTITUCIONAL SOBRE LA CAMARA OCULTA

La reciente Sentencia del Tribunal Constitucional ha delimitado de forma clara el uso de la cámara oculta, permitiéndola únicamente en aquellos casos en que su utilización sea realmente adecuada, necesaria y proporcionada.

I.- Qué significa esto??:

- Que la información que se revela no pueda ser conseguida por ningún otro método.
- Que la información ha de tener una gran relevancia pública, no siendo suficiente el simple interés del público.
- Y que, además de ser de una gran relevancia pública, la información debe referirse a hechos realmente graves justifiquen la invasión de la intimidad.

II.- Haciendo una definición negativa (no exhaustiva), es obvio que quedarían excluidos del ámbito de utilización de la cámara oculta:

- Los asuntos crónica rosa.
- Los que no afectan o interesen a toda la sociedad.
- Y que pueden resultar interesantes, pero no reveladores para la opinión pública.

III.- Hay que recordar además que los reporteros de cámara oculta no pueden:

- * Provocar las situaciones que están grabando.
- Grabar y difundir conversaciones de terceros en las que ellos no hayan intervenido.
- * Revelar, la imagen, la voz o cualquier otro elemento que permita la identificación de la persona de forma directa o mediante el lugar en el que se encuentra (oficina, despacho, vivienda, etc.)

13.2.12. Nota de prensa por el estreno del programa *La Redacción*



Después de 10 años al frente del prestigioso programa de reportajes “Diario de...” **Mercedes Milá y su equipo vuelven con un novedoso formato, LA REDACCIÓN: un equipo de periodistas de investigación mostrará sin censuras cómo realizan los reportajes más arriesgados.** A través de un doble hilo narrativo el espectador podrá acceder a la información más valiosa y al mismo tiempo saber cómo ha sido conseguida por los reporteros. La presentadora seguirá mostrando su faceta más periodística y llegará hasta el fondo de los problemas más graves que sufre nuestra sociedad. **El programa tiene como objetivo buscar una solución a los problemas que sean denunciados cada semana.** Para ello, Mercedes Milá asumirá un papel constructivo y positivo que ayude en la resolución de los conflictos.



LA REDACCIÓN mostrará como Mercedes Milá y su equipo realizan las investigaciones y dará especial importancia al cómo se trabaja en pos del objetivo. Cada semana **LA REDACCIÓN** abrirá sus puertas para que el telespectador sea testigo directo de la elaboración de los reportajes más comprometidos. El programa enseñará cuáles son los pormenores de cada investigación, que se esconde detrás

de cada decisión que se toma, el periodismo desde dentro, las entrañas del trabajo diario. Todas aquellas preguntas que el telespectador siempre se ha hecho sobre cómo es el trabajo de un equipo de periodistas tendrán en respuesta en **LA REDACCIÓN**.



El programa abordará asuntos de trascendencia social como:

-**La trata de seres humanos** y la prostitución de menores. El programa participará en la liberación de una menor de una mafia que la prostituía.

-**Los encuentros por la paz** entre víctimas de ETA y ex presos de la banda. Mercedes Milá viajará al País Vasco para entrevistarse con todos los implicados.

-El peligro de las jóvenes que caen en **la anorexia** y la lucha de una madre por conseguir un tratamiento adecuado para su hija de 14 años y acabar con la apología de la anorexia en internet.

-El desconocido mundo de la “**Deep web**”: las profundidades de internet donde los ciberdelincuentes se mueven bajo el anonimato más absoluto.

-La polémica figura jurídica del **indulto**; arbitraria y caduca para algunos y muy necesaria para otros. El programa tratará los casos más controvertidos.

En todos ellos **LA REDACCIÓN** asumirá un papel protagonista sirviendo de hilo conductor de los diferentes temas y al final del reportaje uno o varios protagonistas irán a la mesa del programa para dar las claves de cada caso.



“Una menor prostituida”

En el primer programa **LA REDACCIÓN** denunciará la trata de seres humanos y conseguirá, gracias su investigación, **sacar a una menor española de 14 años de las garras de un proxeneta rumano.**

Diario de investiga y pone al descubierto a los amos del polígono. Gracias a varias semanas de seguimientos a proxenetas y prostitutas el programa muestra cómo funciona el negocio de la prostitución en el mayor supermercado del sexo de España; el polígono de Marconi, en Madrid. **Una colaboradora infiltrada entre las prostitutas rumanas comprueba cuánto cuesta un puesto en Marconi,** cómo son controladas estas mujeres y quiénes son los chulos que las tienen esclavizadas. Tras varios días por la calles jugándose la vida, **tiene que enfrentarse a las prostitutas por un lugar privilegiado en el polígono.** Mientras tanto los reporteros del programa graban cómo las prostitutas están totalmente vigiladas; no se pueden alejar de su sitio ni para hacer sus necesidades e incluso comen un bocadillo en el puesto que tienen asignado. En una de esas conversaciones con los proxenetas **LA REDACCIÓN** descubre que una menor está siendo prostituida por estos mafiosos. A partir de entonces todos los pasos del programa van encaminados a conseguir sacar a este menor del control de la mafia de rumanos. Gracias a la intervención de la policía y a la denuncia de la colaboradora del programa la investigación acaba con **la detención del proxeneta rumano.** La colaboradora es **declarada testigo protegido** por la juez, al ser pieza clave en la investigación. **LA REDACCIÓN** mostrará con todo detalle cómo se originó la investigación, el desarrollo y la conclusión de la misma.

DATOS DE 10 AÑOS DE *DIARIO DE...*

-EL PROGRAMA *DIARIO DE...* EN SUS TRES ETAPAS ENTRE TELE 5 Y CUATRO HA EMITIDO **142 PROGRAMAS. 7.000 MINUTOS** DE EMISIÓN DE REPORTAJES DE INFORMACIÓN, DENUNCIA, INVESTIGACIÓN Y PERIODISMO TELEVISIVO.

-EL REPORTAJE **CON MAYOR NÚMERO DE ESPECTADORES** FUE EL EMITIDO EL 3-05-05: *DIARIO DE UN ENIGMA: LA FÓRMULA SECRETA DEL TABACO* CON: **3. 592.000** ESPECTADORES.

-EL PROGRAMA **CON MÁS SHARE** FUE EL EMITIDO EL 19-04-05: *DIARIO DE UNA OBSESIÓN: LA CIRUGÍA ESTÉTICA* CON UN **33,7%**

Más allá de los notables resultados de audiencia obtenidos en la mayoría de sus reportajes, *Diario de* ha pretendido ser una caja de resonancia de los problemas que tienen los ciudadanos. En muchos casos **los temas tratados han nacido de la denuncia de telespectadores** afectados directa o indirectamente por algún problema. Otras veces Mercedes Milá y su equipo han querido simplemente reflejar realidades que nos rodean pero que la mayoría de los ciudadanos nunca han experimentado. Pero el programa que presenta Mercedes Milá **ha tenido como objetivo que sus denuncias sirvieran para algo**. En algunos casos se hicieron segundas y terceras partes para demostrar que *Diario de* no se conformaba con denunciar. *Diario de* ha tenido la convicción de que la tarea periodística no acaba cuando se emite un reportaje, y por eso ha pretendido que sus telespectadores estuvieran informados de que ha sido de aquellas personas, de aquellas denuncias que han podido ver durante estos 10 años de existencia.